

Gabrielle Vívian Bittelbrun

**Sob cores e contornos:
gênero e raça em revistas femininas do século 21**

Tese submetida ao Programa de
Pós-Graduação em Literatura da
Universidade Federal de Santa
Catarina para a obtenção do
Grau de Doutora em Literatura.
Orientadora: Prof.^a Dr.^a Simone
Pereira Schmidt

Florianópolis
2017

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Bittelbrun, Gabrielle Vivian
Sob cores e contornos : gênero e raça em revistas
femininas do século 21 / Gabrielle Vivian Bittelbrun
; orientadora, Simone Pereira Schmidt, 2017.
434 p.

Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa
Catarina, Centro de Comunicação e Expressão,
Programa de Pós-Graduação em Literatura,
Florianópolis, 2017.

Inclui referências.

1. Literatura. 2. Revista. 3. Mulheres. 4. Raça.
5. Gênero. I. Schmidt, Simone Pereira. II.
Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de
Pós-Graduação em Literatura. III. Título.

Para as garotas que se veem mal no
espelho, para as garotas que mal se
veem nas páginas.

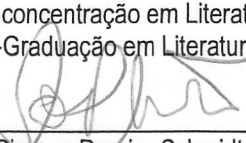
“Sob cores e contornos: gênero e raça em revistas femininas do século 21”

Gabrielle Vívian Bittelbrun

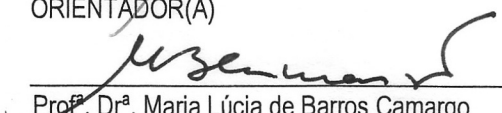
Esta TESE foi julgada adequada para a obtenção do título

Doutor(a) EM LITERATURA

Área de concentração em Literaturas e aprovada na sua forma final pelo Curso de Pós-Graduação em Literatura da Universidade Federal de Santa Catarina.

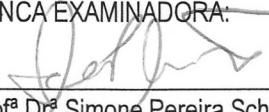


Profª Drª Simone Pereira Schmidt (UFSC)
ORIENTADOR(A)

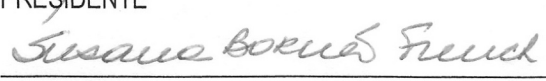


Profª Drª Maria Lúcia de Barros Camargo
COORDENADORA DO CURSO

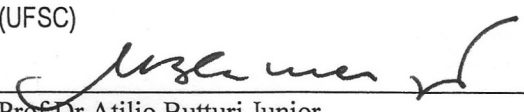
BANCA EXAMINADORA:



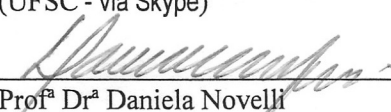
Profª Drª Simone Pereira Schmidt (UFSC)
PRESIDENTE




Profª Drª Susana Bornéo Funck
(UFSC)



n/ Prof Dr Atilio Butturi Junior
(UFSC - via Skype)



Profª Drª Daniela Novelli
(UDESC)



n/ Profª Drª Ana Gabriela Vilela Pereira Macedo
(Universidade do Minho - via Skype)

AGRADECIMENTOS

Tenho na minha família uma geração de respeitadas professoras de língua portuguesa, cujas “boas maneiras” são evidenciadas até nas poses, nas fotos antigas. De maneira igualmente próxima, tenho familiares que, analfabetos e semianalfabetos, tiveram os braços como ferramentas de trabalho, em uma simplicidade de vida também registrada em imagens em preto e branco. Sou o curioso produto dessas duas frentes. As histórias de todos me fizeram quem sou hoje. Por isso, agradeço a esses familiares queridos que, seja pelos livros de presente, pelos contos inventados ou pelas noites vendo estrelas e vagalumes, contribuíram para que eu só enxergasse um caminho de livros e muita investigação, com uma grande dose de imaginação e sonho.

Mas duas mulheres merecem meus obrigadas infinitos: a mãe Marilene do Nascimento, e a vó Ana Ghisi do Nascimento. Mãe, obrigada pelas inúmeras e inúmeras lições e pelo apoio incondicional. Obrigada, inclusive, por me ensinar que o feminismo é uma batalha tão necessária quanto constante e que as vitórias são mesmo muito melhores quando compartilhadas. Vó, obrigada por todo o cuidado, por todo o carinho, meu segundo colo certo. Se fazer uma tese concedesse imortalidade (seria merecido, não?) eu cederia a vocês duas.

Agradecimentos especiais também para a querida orientadora Profa. Dra. Simone Pereira Schmidt, por toda a generosidade e paciência, em todos estes anos, e para a Profa. Dra. Ana Gabriela Macedo, que me acolheu tão bem na Universidade do Minho, em Portugal, e trouxe colaborações valiosas para este trabalho. O muito que eu aprendi com vocês, professoras Simone e Ana Gabriela, jamais caberia nestas páginas, obrigada. Às professoras Susana Bornéo Funck e Rosana Cássia Kamita, que participaram da minha banca de qualificação, e por quem tenho imenso respeito e carinho. Agradeço, ainda, à banca de avaliação desta tese pelo interesse, pela disponibilidade e pelas importantes contribuições: Profa. Dra. Ana Gabriela Macedo, Profa. Dra. Daniela Novelli, Profa. Dra. Susana Bornéo Funck, Prof. Dr. Atilio Butturi Junior.

Meus agradecimentos também para todas as professoras e professores que me ajudaram ao longo desta trajetória. Agradecimentos especiais ao Prof. Dr. Claudio Bertolli Filho e à Profa. Dra. Daisi Irmgard Vogel, por tantos ensinamentos e por terem despertado em mim a vontade de integrar, para sempre, este universo das universidades.

Obrigada à Keline Lang, pelo ombro amigo de anos. E às colegas e amigas todas, em especial a Fernanda Friedrich, Geovana Quinalha de Oliveira, Suelem da Cunha e Clarice Araújo. Obrigada a Jair Zandoná, pela atenção sempre. Agradeço muito, ainda, à Laura Triviño Cabrera, parceira de ansiedade e discussões acadêmicas, em alguns idiomas.

Obrigada à filhinha de pelos Jade, minha companheira inseparável que, entre beijinhos e roncões, me acalmou nos momentos mais tensos. E obrigada a Alexandre Lenzi, pelas provocações que, afinal, me fazem ir mais longe.

Meus agradecimentos ao Programa de Pós-Graduação em Literatura da Universidade Federal de Santa Catarina, em especial à Profa. Dra. Maria Lucia de Barros Camargo, pelo apoio. À Editora Abril e à Editora Trip, que facilitaram a consulta e a aquisição de edições de revistas, tornando esta investigação possível. Obrigada a Renato Nascimento, pelo sensível trabalho de ilustração da capa da versão provisória da tese. Agradeço também à Capes, pelo financiamento da pesquisa.

Espero, sinceramente, que eu possa retribuir todo esse apoio e todo o carinho recebido, trazendo proposições que possam ajudar, em alguma medida, para que sejam muitas mais as cores e muitos mais os contornos em revistas.

“Cover girls don’t cry after their face is made.”
Alessia Cara, *Scars to your beautiful*, 2017.

RESUMO

As revistas voltadas para as mulheres justifica(ra)m a própria existência atestando seu impulso à liberação feminina ou, ainda, afirmando-se como guias práticos para entretenimento e ações do cotidiano. No entanto, considerando edições do século 21 das revistas *Claudia* e *TPM*, percebemos que propõem, como sua personagem central, em maior ou menor medida, aquela que é profissional, mãe, heterossexual e, especialmente, magra e branca. Assim, os magazines não deixam de supor uma coerência e homogeneidade em relação a seu público, invisibilizando outros modos de ser, parecer e agir. Fora do eixo das grandes empresas de comunicação, surgiu *AzMin*, como uma revista digital de tônica feminista que vem apresentando outros modelos de mulheres, embora também trate de temáticas como moda e maternidade, tão conhecidas nos veículos mais tradicionais. Com base nos estudos feministas e nos estudos culturais, pretendemos, então, olhar para matérias e capas dos magazines, como narrativas contemporâneas. A intenção é aferir sobre quem são essas mulheres que costumam aparecer nas páginas, mas também é olhar para os recursos discursivos utilizados na sua construção. Os debates passam, inclusive, por quem são aquelas que pouco ou não aparecem nesses espaços privilegiados e como essas escolhas tangenciam categorizações quanto a gênero e raça, referindo-se a aspectos sociais e históricos. Afinal, é preciso considerar as mulheres das páginas, as mulheres das ruas e o contexto compartilhado por todas elas. Nesse sentido, esta abordagem abarca questões de gênero, raça, representatividade, considerando corpos, discursos e a configuração social contemporânea, analisando revistas que permanecem sob esta alçada de “femininas”.

Palavras-chave: Revista. Mulheres. Raça.

ABSTRACT

Magazines directed for women justify their own existence assuming that they are able to strengthen feminine liberation and assuming that they can be guides for day-to-day actions and entertainment. However, considering editions of Brazilian women's magazines such as *Claudia* and *TPM*, we are able to notice that the titles promote, in a high or low degree, a professional, mother, heterosexual, slender and white woman, as a central character. Therefore, those 21th century magazines reinforce a coherence and homogeneity to their female public, invisibilizing other ways of acting and being. Another Brazilian magazine, *AzMina*, emerges out of the reach of the larger media companies. The online magazine, with a feminist focus, promotes other models of women, although it still considers themes such as fashion and motherhood, so well known in the most traditional vehicles. Considering feminist and cultural studies, the intention, then, is to observe magazines' covers and articles of the 21th century, as a sample of contemporary narratives. It is also intent to discuss about women frequently shown in those privileged spaces and about discursive tools in their construction. Additionally, the intention is to debate the way that the magazines' choices are related to gender and race categorizations, as well as to historical and social aspects. After all, women of the magazines and women of the streets must be considered, in the same way that their shared context. This approach, then, contemplates gender, race, representation, taking into account bodies, discourses and contemporary social context, in the universe of what is called "women's magazines".

Keywords: Magazine. Women. Race.

RESUMEN

Las revistas dirigidas a las mujeres justificaron (o justifican) la propia existencia atestando su impulso para la liberación femenina o, aún, afirmándose como guías prácticas para el entretenimiento y las acciones de lo cotidiano. Sin embargo, considerando ediciones del siglo 21 de las revistas brasileñas *Claudia* e *TPM*, percibimos que éstas vienen proponiendo, en mayor o menor grado, la imagen de una mujer que es profesional, madre, heterosexual y, mayoritariamente, delgada y blanca, como personaje central. Así, los dos magazines no dejan de suponer una coherencia y una homogeneidad en relación a su público, ocultando otros modos de ser, parecer y actuar. Fuera de las grandes empresas de comunicación, surgió *AzMina*, una revista digital de temática feminista que viene presentando otros modelos de mujeres, aunque también trata de temas como moda y maternidad, tan conocidos en las publicaciones más tradicionales. Tomando como base los estudios feministas y los estudios culturales, pretendemos, por tanto, analizar los reportajes y las portadas de revistas, como narrativas contemporáneas. La intención es evaluar quiénes son esas mujeres que suelen aparecer en dichas revistas, pero también es analizar los recursos discursivos utilizados en su construcción. Los debates pasan aún por quiénes son las mujeres que poco o nada aparecen en esos espacios privilegiados y cómo esas selecciones están relacionadas con categorizaciones de género y raza, refiriéndose a aspectos sociales e históricos. A fin de cuentas, hay que considerar a las mujeres de las revistas, las mujeres reales y el contexto compartido por todas ellas. En este sentido, el enfoque tiene en cuenta cuestiones de género, raza, representatividad, considerando cuerpos, discursos y la configuración social contemporánea y teniendo como base revistas que permanecen con el rótulo de “femeninas”.

Palabras clave: Revista. Mujeres. Raza.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Capa de <i>Claudia</i> com Adriane Galisteu e Taís Araújo.....	66
Figura 2 - Capa de <i>TPM</i> com o ator Lázaro Ramos.....	67
Figura 3 - Capa da primeira edição de <i>Claudia</i>	94
Figura 4 - Capa de <i>Claudia</i> de 1968.....	103
Figura 5 - Índice de <i>Claudia</i> de 2010.....	114
Figura 6 - Índice de <i>Claudia</i> de 2013	115
Figuras 7 e 8 - Capas da edição n.1 de <i>TPM</i>	116
Figura 9 - Capa da edição temática de <i>TPM</i> sobre comida e culpa.....	119
Figuras 10, 11 e 12 - Capas de <i>TPM</i> com a atriz Alice Braga.....	120
Figura 13 - Índice de <i>TPM</i> de 2012.....	127
Figura 14 - Capa de <i>Claudia</i> com Ana Hickmann.....	131
Figuras 15 e 16 - Capas de <i>TPM</i> de junho de 2013.....	143
Figura 17 - Capa de <i>Claudia</i> com Isabeli Fontana e o filho.....	154
Figura 18 - Capa de <i>TPM</i> com a cantora Gaby Amarantos.....	155
Figura 19 - Capa de <i>Claudia</i> com a modelo Gisele Bündchen.....	157
Figuras 20 e 21 - Capas de <i>Claudia</i> e <i>TPM</i> com Grazi Massafera.....	160
Figura 22 - Capa de <i>TPM</i> com a atriz Tainá Müller.....	161
Figuras 23 e 24 - Capas de 2007 e 2009 com Taís Araújo.....	176
Figuras 25 e 26 - Capas de 2012 e 2014 com Taís Araújo.....	177
Figura 27 - Capa de <i>Claudia</i> com a atriz Débora Nascimento.....	177
Figuras 28 e 29 - Capas com Camila Pitanga e Dira Paes.....	180
Figura 30 - Capa de <i>TPM</i> com a atriz Juliana Alves.....	187
Figura 31 - Capa de <i>TPM</i> com a atriz Taís Araújo.....	189
Figura 32 - Capa de <i>TPM</i> com a atriz Leandra Leal.....	191
Figura 33 - Capa de <i>TPM</i> com a apresentadora Sabrina Sato.....	193
Figura 34 - Capa de <i>TPM</i> com Alice Braga.....	193
Figura 35 - Capa de <i>TPM</i> com Ana Paula Padrão.....	195
Figura 36 - Capa de <i>Claudia</i> com Flávia Alessandra.....	196
Figura 37 - Capa de <i>TPM</i> com Vanessa Trielli.....	197
Figuras 38 e 39 - Capas com Camila Pitanga e Débora Nascimento...	199
Figuras 40 e 41 - Capas com Leandra Leal e Gaby Amarantos.....	199
Figura 42 - Capa sobre relacionamentos não-monogâmicos.....	201
Figura 43 - Capa de <i>TPM</i> com Fernanda Torres.....	204
Figura 44 - Capa de <i>Claudia</i> com Luiza Brunet.....	205
Figura 45 - Capa de <i>Claudia</i> com Mariana Ximenes.....	206
Figura 46 - Capa de <i>Claudia</i> com Glória Pires.....	225

Figura 47 - Capa de <i>TPM</i> com Bebel Gilberto.....	227
Figura 48, 49 e 50 - Capas de <i>Elle</i> de 2016.....	230
Figura 51 - “Kit verão”, de <i>Claudia</i>	238
Figura 52 - “Os segredos das mulheres magras”, de <i>Claudia</i>	241
Figura 53 - “Ame seu corpo”, de <i>Claudia</i>	245
Figura 54 - “Você é feia?”, de <i>TPM</i>	246
Figura 55 - “Este corpo não te pertence?”, de <i>TPM</i>	252
Figura 56 - “Eu não visto 38. E daí?”, de <i>TPM</i>	257
Figura 57 - “Uma mulher em construção”, de <i>Claudia</i>	265
Figura 58 - Imagem da matéria “O mundo de Sofia”, de <i>TPM</i>	270
Figura 59 - “Mãe é mãe. Mas não precisa ser santa”, de <i>Claudia</i>	276
Figura 60 - “Lições práticas de mulheres [...]”, de <i>Claudia</i>	282
Figura 61 - “Sonhe alto!”, de <i>Claudia</i>	286
Figura 62 - “Casas de swing: o lado B”, de <i>TPM</i>	292
Figura 63 - “Burra?”, de <i>TPM</i>	293
Figura 64 - “Silêncio!!!”, de <i>TPM</i>	299
Figura 65 - “O enigma da pirâmide”, de <i>Claudia</i>	300
Figura 66 - “Que saudades da Amélia?”, de <i>TPM</i>	305
Figura 67 - “Homens ao lar”, de <i>TPM</i>	308
Figura 68 - Colunas de “A mulher é o novo homem?”, de <i>TPM</i>	311
Figura 69 - “O mapa do aborto”, de <i>Claudia</i>	316
Figura 70 - “Melanina sobre tela”, de <i>TPM</i>	320
Figura 71 - “Brasileiríssima”, de <i>Claudia</i>	324
Figura 72 - “Musa da igualdade”, de <i>Claudia</i>	327
Figura 73 - “Pelo fim do racismo!”, de <i>Claudia</i>	330
Figura 74 - “Taís”, de <i>Claudia</i>	333
Figura 75 - “Muito mais Taís”, de <i>TPM</i>	335
Figura 76 - “Ser negra no Brasil é (muito) foda”, de <i>TPM</i>	338
Figura 77 - Pôster do site de <i>AzMina</i>	349
Figura 78 - Imagem da matéria de <i>AzMina</i> “Dar cu é bom?”.....	353
Figura 79 - Imagem de “Descendentes de rainhas [...]”, de <i>AzMina</i>	357
Figura 80 - Imagem de “Mulheres que fizeram [...]”, de <i>AzMina</i>	361
Figura 81 - Imagem de “8 looks [...]”, de <i>AzMina</i>	362
Figura 82 - Cartaz do <i>Facebook</i> de <i>AzMina</i>	366

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Elementos de capas.....	152
------------------------------------	-----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Representatividade nas capas de <i>Claudia</i>	179
Gráfico 2 – Representatividade nas capas de <i>TPM</i>	184

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	27
1 DOS PRIMEIROS CONCEITOS ÀS PÁGINAS DE REVISTA..43	43
1.1 FEMINISMO(S) E DISCUSSÕES DE GÊNERO	43
1.1.1 Problematizações de gênero e mulher	47
1.1.2 As revistas e o “tipicamente feminino”	54
1.1.3 O eixo da atividade	56
1.1.4 O eixo da aparência	59
1.2 A TEMÁTICA RACIAL EM REVISTAS	65
1.2.1 O início dos debates sobre raça no Ocidente.....	68
1.2.2 Branqueamento e democracia racial à brasileira	74
1.2.3 As falácias da democracia racial	82
1.2.4 Os porquês do uso de “raça”	86
1.3 AS REVISTAS “FEMININAS”	91
1.3.1 A revista <i>Claudia</i>	93
1.3.2 A <i>Claudia</i> de ontem e de hoje	97
1.3.3 Um panorama da <i>Claudia</i> atual	108
1.3.4 A <i>Trip para Mulher</i>	116
1.3.5 Um panorama da <i>TPM</i> atual.....	124
1.3.6 As revistas femininas on-line e <i>AzMin</i> a	127
2 ESPAÇOS DE CAPA: PADRÕES E PRODUÇÕES DE SENTIDO NO PAPEL	131
2.1 AS CAPAS E SEUS ATRATIVOS	131
2.1.1 As imagens no contexto atual	135
2.1.2 A gramática do <i>design</i> visual e a sócio-semiótica.....	141
2.1.3 Dimensão representacional.....	148
2.1.4 Dimensão interacional.....	149
2.1.5 Dimensão composicional	150
2.2 ANÁLISE DOS ELEMENTOS DE CAPAS: DIMENSÃO REPRESENTACIONAL EM <i>CLAUDIA</i> E <i>TPM</i>	152
2.2.1 Os eixos de aparência e atividade.....	156
2.2.2 Juventude e magreza como quesitos básicos.....	163
2.2.3 Questões de raça em destaque	167
2.2.4 Levantamentos sobre representatividade: o caso de <i>Claudia</i>	172
2.2.5 Levantamentos sobre representatividade: o caso de <i>TPM</i>	184
2.3 AS OUTRAS DIMENSÕES NA ANÁLISE DOS ELEMENTOS DE CAPAS.....	190
2.3.1 Dimensão interacional.....	190
2.3.2 Dimensão composicional	202
2.3.3 As chamadas de capa em <i>Claudia</i>	208

2.3.4 As chamadas de capa em <i>TPM</i>.....	212
2.4 A MODA NAS CAPAS DE REVISTA.....	214
2.4.1 Transitoriedade e arte nos vestuários	217
2.4.2 Corpo e estilo nas páginas	222
2.4.3 Considerações sobre a moda em <i>Claudia</i> e <i>TPM</i>	224
2.5 CIBORGUES COMO POSSIBILIDADE DE SUBVERSÃO	230
3 NO(S) CORPO(S) DOS MAGAZINES: AS MATÉRIAS JORNALÍSTICAS DE <i>CLAUDIA</i> E <i>TPM</i>	235
3.1 AS CONSTRUÇÕES TEXTUAIS EM REVISTAS E O EIXO DA APARÊNCIA.....	235
3.1.1 As conhecidas recomendações de beleza	238
3.1.2 Diversas formas de amar a si mesma	244
3.1.3 Aceitação com exposição do corpo.....	251
3.1.4 Tentativas de ir além do manequim 38	254
3.2 DISCUSSÕES SOB O EIXO DA ATIVIDADE: MATERNIDADE E SEXUALIDADE.....	261
3.2.1 A maternidade e Grazi Massafera em <i>Claudia</i>.....	261
3.2.2 A maternidade e Grazi Massafera em <i>TPM</i>	268
3.2.3 A mãe “não-santa”	275
3.2.4 Listas, lições e desempenho sexual.....	279
3.2.5 Práticas sexuais diferenciadas e “periquetes”	289
3.3. DISCUSSÕES SOB O EIXO DA ATIVIDADE: TAREFAS DENTRO E FORA DO LAR	298
3.3.1 Afinidades “femininas” sob o crivo da ciência	298
3.3.2 Problematizações em torno da “Amélia”	304
3.3.3 Abordagens além das amenidades.....	313
3.3.4 Os recursos de reforço à “feminilidade”	318
3.4 RAÇA E REPRESENTATIVIDADE NAS MATÉRIAS	322
3.4.1 A temática racial e Taís Araújo em <i>Claudia</i>	326
3.4.2 A temática racial e Taís Araújo em <i>TPM</i>.....	335
3.4.3 Porque “ser negra no Brasil é (muito) foda”	337
4 REVISTA <i>AZMINA</i>: POSSIBILIDADES HETEROTÓPICAS FEMINISTAS.....	343
4.1 UMA PUBLICAÇÃO PARA MULHERES DE “A A Z”.....	343
4.2 O CONCEITO DE HETEROTOPIA.....	345
4.3 OS CONTEÚDOS DE <i>AZMINA</i>	349
4.3.1 Aproximações com magazines tradicionais	349
4.3.2 Sobre a tônica feminista	353
4.3.3 As mulheres negras e as problemáticas raciais	356
4.3.4 Imagens e configurações próprias	360
4.4 POSSIBILIDADES OUTRAS EM REDE	365

CONSIDERAÇÕES FINAIS	369
REFERÊNCIAS	381
Revistas e matérias jornalísticas analisadas.....	381
Demais referências	393
APÊNDICE A	423
APÊNDICE B	427
ANEXOS	433

INTRODUÇÃO

O universo das conhecidas revistas femininas se fundamentou sobre a ideia de que seriam canais de comunicação das e para as mulheres, como aferiram inúmeros editoriais e cartas voltadas para as leitoras. *Claudia* e *TPM* não foram diferentes nesse sentido. Cada uma à sua maneira, as duas publicações reforçaram e reforçam a quem se destinam, e limitam esse público desde seus títulos. Em comum, as duas revistas carregam também uma promessa de “modernidade”, sugerindo um aparato de informações que seriam novas ou supostamente evoluídas. No entanto, vale o questionamento de até que ponto tais magazines de fato são representativas, abarcando as mulheres em sua heterogeneidade, e até onde propõem liberações, em termos de convenções e atribuições de gênero.

Criada em outubro de 1961 e precursora do formato no país, *Claudia*¹ recebeu o nome que Victor Civita, pai de três filhos e fundador da Editora Abril, daria a uma filha, caso a tivesse². Apresentada como “a revista amiga”, assinalou, desde as primeiras edições da década de 1960, questões como a importância de garantir espaço no mercado de trabalho e ter mais autonomia em relação ao marido – símbolos de inovação à época.

A publicação chegou ao século 21 como a mais antiga revista feminina impressa a manter o formato inicial³, com combinações como

¹ Lançada pelo fundador da Editora Abril, Victor Civita, *Claudia* contou com uma tiragem inicial de cerca de 164 mil exemplares por mês e, em 2011, chegou a um alcance de 1,8 milhão de leitoras (CIVITA, 2011, p. 11). A revista ficou conhecida, inicialmente, por ter o apoio de estúdios próprios para as fotografias de moda, de decoração e para os testes de culinária, desenvolvendo receitas e apontando tendências que, até então, eram apenas reproduzidas de outros países (MIRA, 2001).

² Em edição comemorativa de 50 anos de *Claudia*, Roberto Civita (2011, p. 8), filho de Victor, conta em carta às leitoras que Sylvana – mãe de Roberto e esposa de Victor – “acompanhava cada novo passo da Abril (e dava palpite em tudo)”, torcendo para que o novo título recebesse o nome da filha que sempre quis ter e nunca teve; “e assim foi”.

³ *Capricho* e *Manequim* são mais velhas que *Claudia*. No entanto, lançada em 1952, *Capricho* sofreu, na década de 1980, uma profunda mudança de formato, deixando de ser uma publicação de fotonovelas e passando a ser uma revista voltada para as adolescentes. Em 2015, a versão impressa do veículo deixou de circular, restando apenas a versão para *tablet*. Já *Manequim*, de 1959,

“novidade”, “última geração” e “última moda”, impulsionando a mulher para um tempo moderno, como uma evolução necessária. Seria preciso se agarrar ao que representa a temporalidade moderna em cuidados com o corpo e maneiras de agir, deixando para trás tudo o que seria retrógrado, velho, as formas “não-*Claudia*”. Mais do que isso, com suas dicas para ser independente, de bem com a vida, a publicação seria um apoio para se chegar às melhores performances de “ser mulher” hoje, o que foi reforçado ainda pelos *slogans* da revista⁴ e pelos exemplos de sucesso que se multiplicariam em capas, editoriais e reportagens.

Enfim, de uma outra direção, veio *TPM*⁵, da Editora Trip, pretendendo se contrapor aos estereótipos relacionados à mulher. Para tanto, a revista, lançada em 2001, como uma abreviação de “*Trip para Mulher*” – em referência à *Trip*⁶, voltada especialmente para os homens –, valeu-se de enfoques diferenciados e assuntos considerados polêmicos, como excesso de peso, aborto, homossexualidade. “*Trip para Mulher*” seria destinada a um público específico, bem delimitado, que encontraria naquelas páginas matérias distantes daquelas

abandonou os moldes de roupas, embora siga trazendo assuntos de moda, abordando tendências *fashion*, culinária e maquiagem.

⁴ De 2005 a 2008, o *slogan* de *Claudia* foi “Independente, sem deixar de ser mulher”, reiterando propostas de emancipação feminina e atestando seus fundamentos de suposta independência em relação a outros discursos. Posteriormente, o *slogan* manteve-se como “*Claudia* mais que informa, transforma”, reforçando a revista como uma mediadora na busca pelo sucesso, em diversos âmbitos. Depois de 2010, o *slogan* tornou-se variável. Em 2013, chegou a ser “Você inteira”, em uma sugestão de abordagem de tudo o que seria “ser mulher”. Por essa perspectiva, as temáticas abordadas seriam os “pedaços” desse “você”, mulher. Esses *slogans* sempre ocuparam a lombada da revista embora, mais recentemente, a partir de 2011, as lombadas tenham sido preenchidas por algum assunto de destaque da edição.

⁵ *TPM* chegou a contar com 80 mil exemplares por mês e, em 2016, a circulação não ultrapassava os 35 mil (TRIP, 2016). Porém, em 2017, abandonou a periodicidade mensal das edições impressas. Assim, enquanto o site da revista continuou com um fluxo contínuo de conteúdos, a nova proposta estabeleceu o lançamento de quatro exemplares impressos lançados no ano, no máximo.

⁶ A revista homônima da editora, *Trip*, está em circulação desde 1986 e, com uma tiragem média de 30 mil exemplares mensais, é voltada especialmente para o público masculino, trazendo matérias de surfe, entrevistas e ensaios sensuais de mulheres. Desde 2010, há a versão europeia da revista, em alemão, que circula na Alemanha, Áustria e Suíça (TRIP, 2016). Em seu trabalho, Grahall Benatti (2005) traçou um panorama mais detalhado sobre o enfoque da revista e sobre questões de mercado de *Trip* e *TPM*.

encontradas na maior parte dos outros títulos das bancas, a exemplo de *Claudia*. Os esforços de diferenciação passaram pelas inúmeras capas com as personalidades sem maquiagem ou sem intensa produção de figurino.

A própria sigla *TPM*, em referência inclusive à “tensão pré-menstrual”, remete a uma ousadia por parte do veículo. No entanto, seja por essa nomenclatura, seja por suas intenções de mostrar “mulheres contemporâneas vivendo em um mundo real sem perder o bom-humor e o jogo de cintura” (TPM, 2016), precisamos averiguar até que ponto a publicação da Editora Trip se distancia do que é proposto pelo magazine da Editora Abril.

Como produtos da modernidade, as revistas não deixam de hierarquizar indivíduos e modos de vida. “*No hay modernidad sin colonialidad y, a su vez, la colonialidad supone a la modernidad*”, disseram Eduardo Restrepo e Axel Rojas (2010, p. 17). Mesmo os discursos que se autoafirmam como libertários – e talvez principalmente eles, por pressuporem uma desconexão com os demais – carregam a colonialidade. Como um rastro do colonialismo, que se referiu aos aparatos de domínio político e militar empregados para garantir a exploração do trabalho e das riquezas das colônias em benefício do colonizador, a colonialidade é explicada por Aníbal Quijano (2007) como um padrão de matriz de poder que estrutura o sistema-mundo moderno, em que o trabalho, as subjetividades, os conhecimentos, os lugares e os seres humanos são hierarquizados e governados a partir da racionalização, em um marco de operação e de produção e distribuição da riqueza.

E, se nessa matriz de poder os modelos europeus ocuparão posição privilegiada, não é difícil constatar a intensa repetição dos corpos brancos nas páginas, em uma branquidade⁷ que se dá à revelia da composição da população brasileira, como foi evidenciada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)⁸. O estudo de *Claudia* e

⁷ Procuramos adotar o termo “branquidade” para nos referirmos à recorrência de corpos brancos em espaços de destaque e mesmo para nos referirmos à configuração social que privilegia os corpos brancos. Afinal, como explicou Daniela Novelli (2014, p. 22), remetendo ao trabalho de Judith Ezequiel, branquitude está calcado sobre o termo negritude, como “movimento literário e artístico que buscava valorizar os aspectos positivos da cultura ou da identidade negra”.

⁸ Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios do IBGE (2014) destacou que 53% dos brasileiros se autodeclararam negros, enquanto 45,5% se disseram brancos. Já amarelos e indígenas somariam 1,5%. Dez anos antes, em 2004,

TPM não pode passar, então, sem questionamentos relacionados à “raça”, como uma construção histórica, social e local que influencia as relações sociais, de acordo com o que propõem autores como Lília Schwarcz (2012) e Antônio Sérgio Guimarães (2008).

Acrescentamos ainda que a forma com que as personalidades são apresentadas em revista tende a aproximá-las da concepção de personagens, e não apenas no sentido do jargão jornalístico, como sinônimo de entrevistadas, mas no sentido admitido nos contextos literários. Afinal, se Linda Seger (2006) recomendou que as personagens literárias sejam construídas explorando experiências de vida, destacando determinadas características pessoais e atribuindo emoções e comportamentos as tornando únicas, assim também são delimitadas as personagens nas revistas. Além disso, as mulheres das revistas são associadas a diversos atributos, que passam pela maternidade, pelo relacionamento amoroso, pelos cuidados com o corpo e etc., como se devessem pertencer a um roteiro determinado, constituindo-se, também nesse sentido, mais como personagens do que como pessoas que carregam trajetórias de vida imprevisíveis e que por vezes extrapolam às categorizações convencionais e às prerrogativas sociais.

Do mesmo modo, como analisaremos em mais detalhes, as mulheres, como são destacadas nos magazines, descrevem momentos de sucesso como se fossem desfechos, ou seja, como se fossem “finais felizes”. Assim como as produções mais tradicionais da literatura, também as revistas contemporâneas, portanto, delimitam modelos de atitude e aparência, concentram narrativas, tratam de aspectos históricos e sociais do contexto em que se inserem e podem dar pistas de comportamentos em voga e até de tendências sociais futuras, requerendo análises à luz dos estudos feministas e dos estudos culturais.

É necessário considerar o produto revista como uma forma de representação, de mundo, de gênero, de corpo – embora isso nem sempre signifique uma apresentação igualitária ou ainda uma representatividade. Para Stuart Hall (1997), a representação conecta linguagem à cultura; é a ligação entre conceitos e linguagem que nos permite fazer referência ao mundo real. Ou, mais do que isso, é uma parte essencial do processo de produção e troca entre os membros de uma dada cultura.

Seja como for, não se trata de um processo simples ou unilateral. Como explica ainda o autor, cada pessoa provavelmente entende e

interpreta o mundo de maneira única e individual, mas a comunicação só é possível por causa do compartilhamento de certos mapas conceituais que garantem que se perceba o mundo de maneira similar. A questão é que o significado não é inerente às coisas e sim algo construído, produzido; é resultado de uma prática de significação, variando historicamente (HALL, 1997).

Sandra Regina Almeida (2010, p. 12-13) acrescenta, a partir do trabalho de Gayatri Spivak, que representar pode ter o sentido de assumir o lugar do outro em uma acepção política da palavra ou ainda configurar o ato de performance ou encenação. As duas situações preveem, portanto, um falante e um ouvinte. Quando não ocorrem, delimitam-se os sujeitos subalternos que, sem qualquer forma de agenciamento, não podem falar. Precisamos admitir, portanto, o que envolve o processo de significação nas revistas e como operam os mecanismos de representação, e também de representatividade, garantindo-se, em maior ou menor medida, espaço para determinados grupos.

Estes debates propostos aqui passam, então, por tentativas de evidenciar questões de significação e aspectos históricos e culturais persuasivos a que especialmente as mulheres, como maioria do público das revistas, estão suscetíveis. Ora, as mulheres podem internalizar aspectos ideológicos que vêm sendo colocados. Homogeneizando e normalizando padrões, os discursos de revista podem influenciar quem são aquelas que merecem destaque e, de alguma forma, como as leitoras veem a si mesmas e ao mundo ao seu redor. Os dois veículos operam pela consagração do que é considerado o “certo”, pela repetição do que é considerado o “normal”, mas também atuam na depreciação de características físicas e atitudes, com o que não é colocado nas páginas. Igualmente instituem quem não será apresentado ou ouvido, suscitando problematizações de gênero e raça.

Estratégias utilizadas, como o tom de conversa e de entretenimento, assim como a aura de encantamento emprestada pelas celebridades, somada ainda à ideia de credibilidade desses produtos jornalísticos, contribuem para que informações sejam transmitidas e creditadas como verdade. De certo modo, os veículos pressupõem uma falta de conhecimento ou competência por parte do público, justificando a sua aquisição e leitura. Ter um título ou outro até pode conferir determinado *status* e, se a leitora de *Claudia* seria aquela que preza por cuidar bem dos filhos e da casa, aquela de *TPM* pode ser vista como uma mulher mais “descolada” e questionadora das convenções sociais.

De qualquer maneira, é evidente que as duas mencionadas publicações se fundam sobre a cartilha das antigas revistas femininas, trazendo editoriais de moda, sugestões de decoração, comportamento, saúde e relacionamento. Sob esses aspectos, seguem os preceitos daquele *Mercúrio das Senhoras*, de 1693, que teria sido o primeiro periódico destinado unicamente às mulheres⁹, ou de uma série de publicações que vieram posteriormente e se dedicaram a trazer informações para as horas de ócio da dona de casa ou para ajudá-la nas tarefas do lar e no cuidado dos filhos e do marido.

Ao mesmo tempo, em comparação com décadas anteriores, há uma maior liberação das posturas e um maior alcance das próprias causas feministas na sociedade, propondo igualdade de direitos, de modo que os magazines não poderiam ficar imunes a isso. Assim, se as revistas delimitam as mulheres como personagens, ao destacar determinados referenciais de vida e aparência, isso não ocorre de maneira estanque e sem uma certa tensão, a partir de provocações sociais. Entre o que requer análise, desse modo, está a forma com que essas instabilidades ocorrem.

Enfim, acrescentamos que, no caso de *Claudia* e *TPM*, há um compartilhamento não só de abordagem, como também de público, de modo que a estimativa é que as duas publicações tenham como alvo as classes A e B¹⁰. Assim, em 2014, 65% do público *Claudia* ocupou essas duas classes (ABRIL, 2016). Embora *TPM* não tenha essa informação específica em seus levantamentos de público mais recentes¹¹, as

⁹ Não há um consenso quanto à nacionalidade do primeiro periódico desse estilo. Dulcília Buitoni (1981, p. 9) sinaliza que teria sido o londrino *Lady's Mercury*.

¹⁰ Tanto a Abril como a Editora Trip contam com levantamentos sobre os tipos de públicos alcançados. Esses trabalhos são normalmente voltados para os publicitários e visam a atrair anúncios. Nesse sentido, carregam estratégias sociais e econômicas nessas delimitações do que seriam suas leitoras. Enfim, para os mencionados índices, ambas utilizaram dados da Associação Brasileira de Pesquisa (Abep). Para essa classificação da Abep, são levados em conta, nas pesquisas de público, diversos indicadores de renda, educação, condições de moradia, ocupação, posse de bens, acesso a serviços públicos, etc. A Abep estimou que, em 2015, 3% da população brasileira ocupava a classe A e 19% a classe B. Em 2010, 5% da população estava na classe A e 24% na classe B – em 2014, o órgão mudou a metodologia adotada. Mais informações disponíveis em: <<http://www.abep.org/criterio-brasil>>. Acesso em 19 out., 2017.

¹¹ A Editora Trip não levantou essa informação de classe social de leitores de *TPM* em 2014. No caso da revista *Trip*, com público similar quanto à classe

estimativas de 2009 apontavam para 81% de público classe AB (TRIP, 2009). Por esses dados podemos supor, inclusive, que *TPM* chega a ser mais elitista do que *Claudia*.

Quanto à faixa etária em 2014, notamos que a maioria das leitoras de *TPM*, 69%, tem entre 26 e 45 anos, enquanto 18% teria 46 anos ou mais, e 12% entre 19 e 25 anos – 1% teria até 18 (TPM, 2015). Já *Claudia* tem um público bem mais diluído em 2014, com 44% entre 25 e 44 anos, 42% acima de 45 e 14% até 24 anos (ABRIL, 2016). Portanto, embora o veículo da Abril apresente um índice considerável de mulheres acima de 45 anos, enquanto *TPM* tem como grande aposta o público mais jovem, até 45, as duas revistas compartilham como maior porcentagem uma faixa etária que vai dos 25 aos 45 anos de idade, segundo esses índices com referência em 2014. Ambas apresentam como público maciço as mulheres, que representam 92% das leitoras de *TPM* e 91% das de *Claudia*.

Claudia tem uma indiscutível importância no mercado editorial brasileiro, sendo apontada como a líder do segmento¹². Ao mesmo tempo, como é a revista feminina impressa mais antiga em circulação, sua trajetória permite comparações quanto ao que foi ou não apresentado em suas seções. Propomos, então, como parte das hipóteses, que o sucesso da revista se deva ao fato de acompanhar as discussões sociais e os debates em prol da igualdade e da maior participação feminina na sociedade e, nesse sentido, o magazine revelaria em suas edições contemporâneas máximas mais libertárias relacionadas às mulheres, comparando com o que foi trazido nas décadas anteriores.

É necessário verificar, porém, até que ponto as atribuições mais tradicionais relacionadas às mulheres foram abandonadas. Ao mesmo tempo, consideramos que a revista tende a privilegiar os corpos magros, brancos, jovens e, por isso, intentamos dar uma dimensão das desigualdades, no quesito representatividade, sem deixar de considerar

social, a estimativa era de que 86% dos leitores fosse da classe AB no período (TRIP, 2016).

¹² De acordo com a Associação Nacional de Editores de Revistas (ANER), consultados em 2016 – a partir de dados de 2014 –, *Claudia* é a líder entre as revistas mensais brasileiras, apresentando uma circulação média de 419.335 exemplares mensais entre 2013 e 2014, sendo seguida por *Superinteressante*, também da Abril, e *Nova Escola*, da Fundação Victor Civita. Entre as revistas femininas mais vendidas, *Claudia* é seguida por *Boa Forma* e *Nova*. Essas duas últimas publicações contaram, respectivamente, com 215.050 e 184.366 exemplares mensais no mesmo período.

ainda aspectos históricos e sociais que permitem que esses discursos continuem sendo produzidos.

Quanto à *TPM*, trata-se de um título que justamente se atesta como diferente em relação às suas concorrentes de papel, o que enriquece as análises. Além disso, como uma publicação jovem, sendo lançada no século 21, não teria qualquer comprometimento quanto a um público cativo ou quanto a um projeto editorial consolidado, estando, teoricamente, mais livre do que *Claudia* em suas interpelações e se distanciando dos ideais das mulheres como esposas e mães. E, apesar de *Claudia* e *TPM* terem aproximações quanto ao público-alvo e quanto às temáticas abordadas, *TPM* poderia, acreditamos, ter uma maior preocupação quanto à representatividade de mulheres negras e não-magras, o que é sugerido desde edições que problematizam o padrão de magreza ou que chamam a atenção para as discriminações raciais no país.

Mas nossa hipótese é, ainda, que as mulheres que extrapolam o modelo mais recorrente das bancas de revista, ou seja, aquelas que não são, especialmente, magras ou brancas, são apresentadas de maneira diferenciada, tanto em *Claudia* como em *TPM*, consolidando-se os estereótipos que as depreciam, mesmo neste século 21, o que reforça a importância destes olhares críticos.

Nestes enfoques sobre o que vem sendo trazido em revista, não podemos deixar de considerar algumas propostas que emergem fora do eixo das grandes publicações. Por isso, acrescentamos aos debates, embora de forma mais breve, a revista digital *AzMina*, que surgiu em 2015 e, com uma tônica claramente feminista e sem destacar celebridades, pretende “reformular o conceito de revista feminina” no país (O GLOBO, 2015). A revista é igualmente um discurso da modernidade e evoca as conhecidas formulações de revistas femininas, em termos de linguagem e de temáticas contempladas. Porém, tem emergido como uma iniciativa subversiva, que coloca em xeque o que é trazido pelos veículos impressos.

Propomos, então, como última hipótese, que *AzMina* vem promovendo espaços heterotópicos, ou seja, lugares reais em que os outros lugares são ao mesmo tempo representados, contestados ou invertidos (FOUCAULT, 1984; 2001), sendo capaz de indicar outras possibilidades, como veículo de comunicação, tanto no quesito das atribuições de gênero como no quesito representatividade, em construções textuais que não haviam sido encontradas nas plataformas impressas.

Portanto, com base em matérias e capas de revistas, como narrativas contemporâneas, pretendemos observar quem são as mulheres trazidas pelas publicações, como são construídas e admitidas, como personagens, além de que estratégias foram utilizadas na transmissão de valores e padrões. A intenção central é investigar quem vem merecendo destaque, quem são aquelas que não aparecem, e como isso se refere a relações de poder e se relaciona com questões de gênero, raça, identidade, representatividade, remetendo ainda a processos históricos e sociais.

Destacamos aqui a proposta de oferecer uma perspectiva diferenciada dos títulos do século 21 que são referenciais no mercado¹³. Afinal, apesar de outros trabalhos com objetos de estudo similares¹⁴ debaterem com frequência questões pontuais, a exemplo de corpo e sexualidade, em recortes de tempo determinados, tais estudos não costumam aliar aos debates sobre gênero as discussões sobre raça¹⁵ e nem oferecem um panorama amplo que seja capaz de situar as publicações voltadas para as mulheres na lógica social do século 21.

Nestes esforços de pesquisa, temos como objeto de estudo especialmente capas e matérias de capa¹⁶ de 12 exemplares de *Claudia*¹⁷

¹³ Tanto *Claudia* como *TPM* e *AzMina* são revistas premiadas, com reconhecimento do setor. Entre as premiações mais recentes, *Claudia* foi vencedora da categoria “revista feminina” do Prêmio Veículos de Comunicação 2016; já *TPM* foi a vencedora de 2012 do Prêmio Esso de Criação Gráfica – categoria “revista”; enquanto *AzMina* venceu o Troféu Imprensa, na categoria “projeto jornalístico”, em 2017.

¹⁴ Com base em levantamentos em portais de universidades brasileiras realizados ao longo dos anos de pesquisa, entre os principais trabalhos que consideraram revistas femininas, com objetos de estudo similares aos adotados aqui estão: Aveiro (2015); Novelli (2014); Campos (2014); Castro (2014); Koshiyama (2014); Borges (2013); Cyrino (2013); Bittelbrun (2011); Rodrigues (2011); Barbosa e Silva (2010); Portilho (2009); Costa (2009); Lopes e Matos (2008); Rocha (2007); Duarte (2007; 2005); Carvalhal (2006); Hollenbach (2005); Benatti (2005); Heberle (2004); Flausino (2003); Oliveira (2001); Borges (1998); Moraes (1981).

¹⁵ Entre as exceções de pesquisas que consideram raça em análises de revista estão os trabalhos de Daniela Novelli (2014), que problematizou a branquidade na revista *Vogue* do século 21, e Erly Barbosa e Silviano da Silva (2010) que focaram na invisibilidade e nos estereótipos relacionados às mulheres negras em *Claudia* e *Marie Claire* entre 2007 e 2008.

¹⁶ Ao optarmos por matérias com chamadas de capa, nossa intenção foi destacar textos de grande notoriedade nas revistas e, portanto, que possam ser considerados referenciais do que é, ou foi, abordado.

e 12 exemplares de *TPM*¹⁸, entre os anos de 2004 e 2014, de variados meses. Após a consulta aos acervos de edições entre 2004 e 2014 de *Claudia* e *TPM*¹⁹, chegamos a essa seleção que visa à análise das revistas por amostragem. Nesse sentido, procuramos trazer ao menos um exemplar de cada ano²⁰ e com a maior variedade possível de temáticas e de meses contemplados²¹. De todo modo, além das 24 edições impressas adquiridas para a pesquisa, também consideramos conteúdos de outros exemplares de *Claudia* e *TPM*, entre 2004 e 2014, a fim de propormos debates mais gerais sobre as publicações.

As personalidades trazidas nas capas das revistas impressas foram determinantes na escolha do material a ser examinado, uma vez que privilegiamos magazines protagonizados por mulheres brancas e por mulheres negras da maneira mais igualitária possível, para verificarmos possíveis diferenciações – caso de fato existissem – nas caracterizações. Essa opção fez com que a recorrência de mulheres negras no *corpus* fosse maior, em porcentagem, do que a representatividade delas ao longo das edições do século 21, como veremos ao longo do trabalho. No

¹⁷ Foram selecionadas as seguintes edições de *Claudia*: maio de 2004; outubro de 2005; março de 2006; abril de 2007; junho de 2008; setembro de 2009; agosto de 2010; abril de 2011; março de 2012; agosto de 2012; dezembro de 2013 e novembro de 2014.

¹⁸ De *TPM*, a seleção incluiu os seguintes exemplares: maio de 2004; fevereiro de 2005; dezembro de 2006; julho de 2007; dezembro de 2008; outubro de 2009; novembro de 2010; dezembro de 2011; maio de 2012; agosto de 2012; maio de 2013 e abril de 2014.

¹⁹ Fizemos pessoalmente a consulta a todas as edições impressas, do século 21, de *Claudia*, entre os dias 22 e 23 de dezembro de 2014, na sede da Editora Abril, em São Paulo. No caso de *TPM*, examinamos conteúdos e as capas, disponibilizadas praticamente em sua totalidade no site da revista. Também consultamos edições impressas colocadas na íntegra na plataforma, no *Google Books*, de *TPM* (2017). Além disso, tanto a Editora Abril como a Editora Trip enviaram, via e-mail, materiais complementares solicitados para esta investigação. Para a composição de nosso acervo de pesquisa, adquirimos exemplares junto às editoras e via sebos presenciais e on-line.

²⁰ No caso específico de 2012, foram selecionadas duas edições de *Claudia* e duas de *TPM*, a fim de se estabelecerem comparações, pois a atriz Grazi Massafera foi escolhida como protagonista dos dois títulos, em um curto espaço de tempo.

²¹ Edições bimestrais de fim de ano de *TPM*, ou seja, de dezembro/ janeiro foram sinalizadas como representantes do mês de dezembro. Assim, a edição dezembro 2011/ janeiro 2012, por exemplo, foi contabilizada como de dezembro de 2011, por ser esse o mês em que foi lançada às bancas.

caso de *TPM*, que costuma trazer homens e mulheres nas primeiras páginas, optamos pela seleção exclusiva de capas com mulheres, para facilitar as comparações com a revista da Abril.

Seja como for, levamos em conta a trajetória de cada um dos títulos. No caso de *Claudia* e *TPM*, em análises mais gerais, ou mesmo em indicativos quanto à representatividade de mulheres negras e mulheres brancas nas capas, consideramos todas as edições entre 2004 e 2014 – contabilizando, no total, 132 exemplares da revista da Editora Abril e 166 da revista da Trip Editora. Ou seja, 298 exemplares foram observados, ao menos brevemente, entre as *Claudias* e *TPMs* publicadas ao longo dos 11 anos.

O recorte, com base nos critérios especificados, estima admitir os dois veículos impressos a partir das últimas reformas editoriais que fizeram com que assumissem um visual similar ao que têm hoje. Assim, enquanto, a partir de outubro de 2003, *Claudia* inaugurou um *design* gráfico próximo ao atual e propôs uma estrutura que deu ênfase, na capa, a celebridades e personalidades conhecidas – extinguindo destes espaços modelos fotográficas desconhecidas do grande público, que costumavam aparecer até então –, podemos considerar que, ainda que em menor medida, também *TPM*, a partir de 2004, assume o visual e enfoque que tem até hoje, apresentando com mais frequência edições temáticas, com matérias especiais. Mesmo assim, é necessário pontuar que, de fato, *TPM* nunca chegou a apresentar a mesma linearidade de *Claudia*, permitindo variações de abordagem e visual a cada edição. Porém, o marco temporal também se justifica a fim de buscarmos um mínimo de equivalência nas confrontações entre os títulos em questão.

Por fim, ampliando nossas discussões, consideramos a revista online *AzMina*, que integra o *hall* dos magazines digitais recém-lançados que propõem ideais feministas. Por se tratar de um canal mais recente, beirando os dois anos de existência, e pelas próprias diferenciações em decorrência da plataforma digital – não há versões impressas da revista –, não há como conferirmos o mesmo espaço de debate e nem estabelecermos os mesmos referenciais de comparação de *Claudia* e *TPM*. Mesmo assim, proposições, ainda que mais breves, sobre *AzMina* podem apontar para novos caminhos e novas abordagens de gênero e raça em revista. No que se refere ao *corpus*, após navegações pelo site, selecionamos 12 matérias²² de *AzMina*, publicadas entre 2015 e 2017,

²² As matérias consideradas mais atentamente foram: “Piriguete, sim!” (BOWIE, 2015b); “Sem prazer? A culpa é do machismo!” (FURQUIM, 2015); “Enquanto sexo for ‘coisa de homem’ não vamos acabar com a AIDS, alertam

que serão observadas mais atentamente, além da trajetória e estruturação da revista. Tivemos como intuito, nesse caso, privilegiar a variedade temática, para dar uma dimensão de seus direcionamentos.

Propomos, enfim, a divisão desta pesquisa em quatro capítulos. No primeiro capítulo, partimos para a apresentação de conceitos-chave, com base em exposições de autoras como Anne McClintock (2010), Judith Butler (2014), Claudia Costa (2002), Susana Funck (2014), entre outras, para tratarmos sobre gênero e corporalidade, ou ainda com base em trabalhos de Simone Schmidt (2009), Lilia Schwarcz (2012) e Edward Telles (2012), entre outros, no que tange a considerações sobre raça. Também no primeiro capítulo são expostas, em linhas gerais, as três publicações, *Claudia*, *TPM* e *AzMin*. Há ainda a discussão sobre a trajetória dos consolidados magazines impressos, especialmente no caso de *Claudia*, como um título que se faz presente no país há 56 anos. Essa investigação inicial é necessária para olharmos para as revistas como resultado de um processo.

As capas de *Claudia* e *TPM* do século 21 são o foco do segundo capítulo. Consideramos, então, aspectos estruturais das imagens e atributos das mulheres elencadas, como magreza, juventude, maternidade, debatendo ainda questões referentes à raça e à representatividade. Enfocando nos 24 exemplares do *corpus* das duas revistas, haverá, inclusive, discussões sobre a moda nas primeiras páginas. Neste segundo capítulo, portanto, nossas análises se apoiam tanto em obra de Roland Barthes (2009), que discorreu sobre moda, como na metodologia da gramática do *design* visual de Gunther Kress e Theo van Leeuwen (2006), aplicada também por Silvana Mota-Ribeiro (2010). Também temos como base obras de pensadoras que discorrem sobre as representações visuais do corpo feminino, a exemplo de Linda Nochlin (1988) e Ana Gabriela Macedo e Francesca Rayner (2011).

O terceiro capítulo tem como enfoque as principais matérias jornalísticas de *Claudia* e *TPM* que tiveram chamadas de capa nas

especialistas” (BERTHO, 2016a); “As 11 séries mais feministas de 2016” (BERTHO, 2016b); “Semeando gente: como são criadas as crianças indígenas” (DREHER, 2016); “Descendentes de rainhas: uma marca para as negras” (LISBOA, 2016); “‘Nunca quis ter um filho’. Dizem mais e mais brasileiras” (LUNA, 2016); “Mulheres que fizeram história no esporte em 2016” (MENDONÇA, 2016); “Manual prático para ex-maridos sobre como não ser um idiota machista” (PUGLIA, 2016); “Dar cu é bom?” (VICENTIN, 2016); “Brancas com descendência negra: mães adotivas aprendem a lidar com o racismo” (FOLEGO, 2017); “Quem são as mulheres citadas no escândalo da JBS” (MONTEATH, 2017).

edições selecionadas do século 21. Tendo em vista os autores e autoras do referencial bibliográfico, que incluem ainda Rewa Murphy e Sue Jackson (2011), Elizabeth Grosz (2000), Adrienne Rich (2002), Sueli Carneiro (1995), Iray Carone (2002), entre outros, a previsão é analisar os recursos utilizados nas matérias, como espaços discursivos, na proposição de valorações e ideais relacionados às mulheres.

Diante da amplitude das temáticas centrais, propomos um olhar sobre os eixos centrais de atividade e aparência ao longo de todo o trabalho e, especialmente, neste terceiro capítulo, em um esforço didático e que visa a contemplar as diversas atribuições relacionadas às mulheres. Admitimos que aparência e atividade são as duas vias principais no processo de apresentação e proposição das mulheres contemporâneas pelas revistas. A associação entre mulheres e cuidado com o corpo costuma ter lugar garantido nas páginas, do mesmo modo que cuidar dos filhos, da casa e temas referentes à sexualidade e ao mercado de trabalho estão entre temáticas recorrentes.

Também compõem o terceiro capítulo aferições sobre problemáticas raciais e representatividade nas matérias das revistas impressas. Na verdade, discussões sobre raça, assim como sobre gênero, perpassam todo o trabalho. Precisamos pontuar que a opção foi evitar a separação, em capítulos, dessas duas abordagens centrais, procurando, ao máximo, aliar os questionamentos, em uma perspectiva interseccional. Como lembra Cláudia Mayorga (2015a), falar em interseccionalidade é olhar para as diversas formas de opressão que atingem as mulheres e considerar a relação entre essas formas de dominação, como o sexismo e o racismo, buscando estratégias de enfrentamento que sejam abrangentes, o que tem sido a nossa intenção aqui.

O quarto e último capítulo concentra discussões sobre a revista on-line *AzMina*. Assim como *Claudia* e *TPM*, *AzMina* lança mão de assuntos de moda, sexualidade e comportamento, mas amplia o leque de abordagens, trazendo ainda matérias sobre política e esporte. A revista de dois anos de existência parece promover lugares heterotópicos, resgatando aqui o conceito de heterotopia de Michel Foucault (2001), com subversões em relação às atribuições sociais relacionadas às mulheres e às abordagens das conhecidas revistas femininas. Com o apoio ainda das obras de Tânia Navarro Swain (2001; 2003; 2014), pretendemos observar que novas possibilidades são trazidas por *AzMina* e que mulheres são destacadas, a partir de conteúdos disponibilizados no site da revista.

Enfim, com esses direcionamentos, prevemos oferecer um panorama do que é trazido pelos magazines voltados para as mulheres neste século 21. As narrativas desses veículos podem dizer sobre a sociedade que já foi, sobre a sociedade que é e, talvez, admitindo-os como um processo, podem ser encontradas indicações do que será referencial, no que tange a aspectos de gênero e raça, em um futuro não muito distante. Nesse sentido, estes esforços pretendem abarcar também alternativas para agenciamento e questionamento por parte das mulheres, como público desses canais.

Pessoalmente, a proposta deste trabalho não deixa de ser resultado de uma inquietação de quem foi atingida, direta e indiretamente, pelas recomendações de *Claudia* desde a década de 1990. A revista da Editora Abril foi “amiga” de longa data da minha mãe, que se divertia com as matérias, motivava-se com os artigos do psiquiatra Flávio Gikovate e chegou a encadernar as receitas do encarte *Claudia Cozinha*, além de aplicar em mim as sugestões de métodos educacionais. Foi o veículo da Editora Abril que sugeriu à minha mãe que ingressasse nas aulas de aeróbica e que recomendou uma série de dietas seguidas ao longo dos anos de 1990 e início dos anos 2000. O fato é que cheguei à adolescência e decidi pegar emprestadas aquelas sugestões de dietas, embarcando em uma certa neurose com o peso que demorou alguns anos a passar. Essa minha “paranoia” e o orçamento curto na família aboliram as *Claudias* de nossas estantes, mas permaneceu um incômodo em relação à publicação e, desde 2007, venho tentando investigar o que está nas páginas, sob diferentes perspectivas, e quais puderam ser as suas influências, inclusive no que vejo hoje no espelho.

Quando eu comentava essas questões, em algum congresso, falaram de *TPM*, que parecia ser diferente e, mais recentemente, encontrei *AzMinia*, em um esforço para descobrir alguma publicação que não concedesse os holofotes para as celebridades de pernas tonificadas.

Como uma criança que decide desmontar o carrinho com o qual brincou para entender o funcionamento e que olha cada peça com muito estranhamento para, em seguida, tentar remontar tudo de um outro jeito, estou eu, há anos, diante das revistas. Este estudo não deixa de ser mais uma empreitada para a desmontagem – de padrões, de atribuições – e sempre vale a pena quando se encontram outras possibilidades de (des)encaixe.

As aulas com a Profa. Dra. Simone Pereira Schmidt, na época em que eu aspirava a uma vaga na Pós-Graduação em Literatura, na Universidade Federal de Santa Catarina, complementaram os meus

questionamentos, fazendo-me perceber que, se fui uma adolescente branca de classe média esmagada pelas sugestões de revistas, especialmente sobre cuidados com o peso, os modelos expostos eram muito mais restritivos e discriminatórios quanto às questões de raça, o que eu sequer havia notado, até então, ao longo das minhas leituras, fosse como parte do público de revista, fosse como pesquisadora.

Para explicar o que é se “descobrir racializada”, Edith Piza (2002, p. 26) recorre a uma metáfora certa. Ela explica: “bater contra uma porta de vidro aparentemente inexistente é um impacto fortíssimo e, depois do susto e da dor, a surpresa de não ter percebido o contorno do vidro, a fechadura, os gonzos de metal que mantinham a porta de vidro”. É o que vem acontecendo comigo a cada livro que leio sobre a temática racial, a cada conversa que tenho sobre discriminação. Sinto uma vergonha imensa por nunca ter percebido isso tudo antes, por classificar como mérito o que era privilégio.

Como diz ainda Piza (2002, p. 26): “tudo parece acessível, mas, na realidade, há uma fronteira invisível que se impõe entre o mundo que se sabe sobre o outro e o quase nada que se sabe sobre si mesmo”. Este trabalho é um esforço, então, para entender como os benefícios que me foram concedidos como mulher branca se fundamentam nos discursos de magazines, é uma tentativa de treinar o meu próprio olhar, e talvez o de mais alguém, para detectar e ajudar a combater as desigualdades. É uma tentativa de admitir minhas culpas pelas tantas vezes que fui opressora e de desempenhar algum papel, ainda que pequeno, na luta contra as discriminações. Resumindo, há uma intenção de fazer pessoas brancas, como eu, esbarrarem sempre nessa tal “porta de vidro” enquanto ela existir, limitar, e separar, enquanto ela estiver nas revistas e nos lugares todos.

1 DOS PRIMEIROS CONCEITOS ÀS PÁGINAS DE REVISTA

1.1 FEMINISMO(S) E DISCUSSÕES DE GÊNERO

“Estudar o contemporâneo não é só analisar o que acontece no presente, mas também olhar de forma atual tudo aquilo o que veio antes”, disse a pesquisadora Susana Funck, em palestra durante o 5º minicurso “Gênero e feminismo”, promovido pela Universidade Federal de Santa Catarina em setembro de 2015. Discorrer sobre gênero e mulher no século 21, assim como sobre raça em revistas, passa, então, por analisar de maneira crítica e atual como essas categorias foram aceitas em momentos datados e como foram atravessadas por diversos sentidos e aspectos até os dias recentes.

Como Funck (2014, p. 30) também apontou, em outro momento, um dos maiores desafios das feministas é justamente “o de reconhecer e desestabilizar as representações de gênero, em especial as do feminino, que circulam sem qualquer questionamento no mais importante aparelho ideológico da contemporaneidade: a mídia”. As revistas contemporâneas *Claudia*, *TPM* e *AzMin*, no caso, podem ser um ponto de referência para se complementarem tais debates.

Partindo-se do princípio proposto por Monique Wittig (1993, p. 103) de que nós, mulheres, “temos sido compelidas em nossos corpos e mentes a corresponder, característica por característica, à ideia de natureza que tem sido estabelecida para nós²³”, as discussões seguem no sentido de desfazer o pressuposto de divisão entre homens e mulheres, manifestado também, e talvez principalmente, nos discursos voltados às mulheres, e que naturaliza opressões e dificulta transformações. Propomos, então, discussões no campo do feminismo.

Segundo Zahidé Muzart (2002, p. 14), a paternidade do vocábulo “feminismo” é atribuída, inicialmente, ao socialista francês Charles Fourier que, no século 19, distinguia como feminismo a “luta que visava a estender à mulher a igualdade de direitos (políticos, civis, econômicos), privilégio exclusivo do homem na sociedade”. Mesmo assim, como prática, o feminismo preexiste ao emprego dessa palavra, de modo que se torna difícil estabelecer uma única origem, “pois cada um tem tendência a se referir a ela, segundo a análise política que faz do feminismo: ruptura individual; expressão crítica no domínio cultural, engajamento coletivo no combate político” (MUZART, 2002, p.14).

²³ No original: “We have been compelled in our bodies and in our minds to correspond, feature by feature, with the idea of nature that has been established for us” (WITTIG, 1993, p. 103).

Na verdade, em entrevista realizada por Claudia Costa e Sônia Maluf (2001), Ella Shohat chega a criticar as narrativas que privilegiaram e privilegiam as ações eurocêntricas –incluindo aqui as ações norte-americanas – no exercício do feminismo, em detrimento a outras práticas e ações, o que é corroborado por autoras como Deepika Bahri (2013). Para Shohat, como expôs na entrevista de 2001, o feminismo tem múltiplas frentes, permitindo que se fale, inclusive, em feminismos.

De qualquer forma, como explicam Ilze Zirbel²⁴ (2007) e Ana Beatriz da Silva (2017), em linhas gerais, são identificadas três ondas principais no âmbito dos estudos feministas mais recentes, no eixo ocidental: a primeira contemplou o final do século 19 e início do século 20, quando foram reivindicados direitos básicos para as mulheres, como o voto e a educação; a segunda onda abarcou o final dos anos de 1960 e a década de 1970, com o corpo, a sexualidade e os direitos reprodutivos assumindo o foco das discussões; enquanto a terceira onda ocorreu após a década de 1980, com os estudos problematizando a categoria “mulher”. Considerando particularidades históricas do contexto brasileiro, Zirbel (2007) aponta ainda que o feminismo, aqui, após a segunda metade do século 20, envolveu-se tanto com as causas sociais como com os direitos das mulheres.

Enfim, vale pontuar que falamos, neste trabalho, no feminismo no singular em função do sentido comum às diversas práticas. Entendemos feminismo, portanto, de acordo com o que defendeu Simone Schmidt (2004, p. 17) como “um campo teórico, uma prática interpretativa e, por fim, um lugar político”.

Ou, ainda, seguindo no que propôs bell hooks (2000, p. viii), como “um movimento para acabar com o sexismo, com a exploração sexista e com a opressão²⁵” e, assim, para acabar com o patriarcado que, para Adrienne Rich (1986, p. 57-58), é

um sistema familiar-social, ideológico, político no qual os homens pela força, por pressão direta ou por meio de ritual, tradição, lei, e linguagem, costumes, etiqueta, educação, e divisão de trabalho, determinam que papel as mulheres devem ou não desempenhar, e por onde o

²⁴ Ilze Zirbel (2007) traça, em seu trabalho, um panorama histórico dos estudos feministas e de gênero no Brasil.

²⁵ No original, bell hooks (2000, p. viii) expõe: “*feminism is a movement to end sexism, sexist exploitation, and oppression*”.

feminino é subsumido como inferior ao masculino²⁶.

Partimos do princípio de que estas discussões, relacionadas a revistas femininas contemporâneas, têm valor não só por serem integrantes dos estudos feministas; elas têm valor como crítica cultural geral. No esforço de tirar o pensamento feminista de um lugar de marginalização, esperamos “nadar contra correntes poderosas” ao assumir “o manto da crítica cultural geral, em lugar de apenas defender uma inclusão maior ou uma representação melhor das mulheres e de suas ‘diferenças’” (BORDO, 2000, p. 23). Para Susan Bordo (2003, p. 17) os estudos feministas foram os pioneiros em pensar como a definição e a formulação do corpo são pontos centrais nas batalhas em torno da formação de poder.

Os impactos dessa linha de pensamento são, de fato, inegáveis. Segundo Stuart Hall (2014), o feminismo foi, junto com os pensadores Marx, Freud e Saussure, um dos responsáveis pelo descentramento do sujeito moderno. Pensar sobre a sociedade, o inconsciente, a linguagem, o poder e o feminismo têm contribuído para se confrontar a estabilidade do sujeito e até para a invenção teórica de corpo, ligado ao inconsciente, amarrado ao sujeito e inserido nas formas sociais de cultura, como atestaram ainda Alain Courbin, Jean-Jacques Courtine e Georges Vigarello (2009, p. 8).

Indo além, como afirmou Simone Schmidt (2015, p. 486), refletindo sobre a obra de Hall, “é a partir do feminismo que nos vimos expulsos definitivamente da casa patriarcal, esse lugar onde reinou sozinho, por séculos, o sujeito moderno, racional, masculino, heterossexual, branco, ocidental”. Assim, essas reflexões relacionadas ao feminismo tornam-se fundamentais não só para se pensar sobre a condição da mulher na sociedade como também nas suas intersecções, nas figuras que estiveram fora dos conceitos binários ou, de forma geral e específica, naquelas ausentes dos lugares sociais mais destacados.

Nesse processo, é importante lançar um olhar sobre gênero, como uma categoria do campo de análise que seria o feminismo. Como

²⁶ No original: “a familiar, social, ideological, political system in which men by force, direct pressure or through ritual, tradition, law, and language, customs, etiquette, education, and the division of labor, determine what part women shall or shall not play, and in which the female is everywhere subsumed under the male” (RICH, 1986, p. 57-58).

explica Maria Luiza Heilborn (1992), a partir de considerações do dicionário *Larousse*, em sua acepção original, gênero é o emprego de termos diferenciados para designar indivíduos de sexos diferentes ou coisas sexuadas. Segundo a autora, gênero passou a significar distinção entre atributos culturais alocados a cada um dos sexos e a dimensão biológica dos seres humanos.

Rafaela Cyrino (2013, p. 2) retrata que o psicólogo estado-unidense John Money teria sido o primeiro a empregar “gênero” em 1950, no diagnóstico de indivíduos apontados hermafroditas, definindo o termo como capaz de “significar todas as coisas que uma pessoa diz ou faz para mostrar aos outros que ele ou ela possui o *status* de garoto ou homem, garota ou mulher, respectivamente²⁷”. O conceito contribuiu, dessa forma, para enfraquecer a importância do sexo biológico na determinação dos comportamentos sexuais, aumentando a carga dos fatores considerados psicológicos, o que atraiu a atenção das feministas na década de 1970. Ilze Zirbel (2007, p. 134) ressalta que a distinção entre sexo e gênero foi útil às feministas acadêmicas, “dedicadas a questionar formulações teóricas que respaldavam a inferiorização da mulher com base em critérios biológicos”.

Mais do que isso, como retrata Joan Scott (1995), o termo se torna um meio para as feministas reivindicarem alguma definição. Como ainda complementa Zirbel (2007), gênero se tornou um caminho, sugerindo a separação entre pesquisadora e objeto, além de apontar para a inclusão de outros grupos que não somente o de mulheres. Outra vantagem é que o termo estava livre dos preconceitos que a palavra feminismo carregava para alguns, sendo este associado mais à militância do que à ciência. Desse modo, do ponto de vista político, gênero pode ser útil, conduzindo ao debate relacionado à neutralidade do masculino ou até impulsionando avanços em instituições e práticas sociais, principalmente nos espaços e discursos que ainda não admitem essas perspectivas (LAMAS, 1995).

No caso da análise de revistas, as percepções sobre gênero são importantes para avaliarmos como as categorias de masculino ou feminino emergem, sobre que bases se fundamentam, como se relacionam com outras categorias, considerando ainda quais podem ser

²⁷ A tradução foi feita por Cyrino (2013, p. 2) a partir do seguinte original de Money (1995): “*By the term gender role, we mean all those things that a person says or does to disclose himself or herself as having the status of boy or man, girl or woman, respectively*”.

alguns desdobramentos de naturalizações que passam por supostas distinções entre biológico e psicológico.

Não perdemos de vista, nestas discussões, o conceito de interseccionalidade. Elaborado por feministas negras dos anos de 1980, essa proposta defende um pensamento relacional e articulado entre diversas categorias de classificação dos sujeitos (MAYORGA, 2015a). É isso que pretendemos fazer ao olharmos para como as personagens de revista são destacadas. Esperamos com isso contribuir para se chegar a

uma retomada histórica do feminismo que não esteja centrada em uma perspectiva linear e desenvolvimentista da história que frequentemente toma a Europa e os Estados Unidos como referência, mas centrada nos poderes/saberes que foram tensionados, provocando deslocamentos no feminismo. (MAYORGA; COURA; MIRALLES; CUNHA, 2013, p. 467)

1.1.1 Problematisações de gênero e mulher

Detalhando três abordagens nos debates sobre gênero, Joan Scott (1995) aponta que, primeiro, os esforços foram no sentido de explicar as origens do patriarcado; em seguida, o termo se relacionaria a uma tradição marxista, procurando um compromisso com as críticas feministas, enquanto um terceiro momento – dividido entre o pós-estruturalismo francês e as teorias anglo-americanas das relações de objeto – teria se inspirado nas escolas da psicanálise para explicar a produção e a reprodução da identidade de gênero do sujeito.

Como afirma a autora, a palavra “gênero” partiu de uma rejeição ao determinismo biológico implícito em termos como sexo ou diferença sexual. Nesse sentido, o termo força as discussões para as influências históricas e sociais, a despeito das teorias que atestavam a diferença entre homens e mulheres como fato comprovado pela ciência. Em uma forma aparentemente mais sutil de se levantarem as discussões feministas do que apenas se falar na palavra “mulher”, “gênero”, seguindo ainda o que levantou a estudiosa, seria capaz de remeter mais à relação entre masculino e feminino e à ideia de que o estudo de um implica, necessariamente, o estudo do outro. Em termos gerais, para Scott (1995), isso facilita um modo de decodificar o significado que as culturas conferem à diferença de sexos e uma maneira de compreender

as complexas conexões entre as várias formas de interação humana. A autora vê gênero como um conjunto de efeitos produzidos em corpos, comportamentos e relações sociais, por meio de uma complexa tecnologia política – que, como sabemos, abarca, inclusive, os discursos atuais de revista.

Via de regra, o termo seria a representação de uma relação de pertencer a um grupo, classe, em posições sociais carregadas de determinados significados. O fato de alguém ser representado como masculino ou feminino subentende uma dada totalidade de atributos sociais. Como especificou Verena Stolke (2004, p. 2), “as relações de gênero são fenômenos socioculturais que estruturam a perpetuação da vida humana em sociedade de modo tão fundamental e enigmático como, por exemplo, as relações de parentesco”²⁸.

Já para Linda Nicholson (2000), gênero tem dois significados: primeiro, ele é usado em oposição a sexo, como socialmente construído e sendo pensado como referência ao comportamento, personalidade e não corpo; segundo, gênero se torna qualquer construção social que tenha a ver com masculino e feminino. Porém, como ela coloca, se corpo é sempre visto como construção social, sexo não pode ser independente de gênero e, nesse sentido, gênero abrange sexo. Falar de gênero, portanto, em um esforço acadêmico, requer um posicionamento crítico e amplo.

Seguindo nas discussões, enquanto raça, como debateremos, é associada exclusivamente às pessoas negras, à medida que ser branco seria a normalidade, Judith Butler (2008), retomando os pensamentos de Monique Wittig, reforça que gênero pressupõe feminino, com o masculino sendo a norma. A autora ressalta que, na distinção em relação ao sexo, gênero seria o aparelho de produção, o meio discursivo e cultural por meio do qual a natureza sexuada ou o sexo são produzidos e também estabelecidos como pré-discursivos.

Essa falsa “naturalidade” traz, então, individualidades impostas, atribuições arbitrárias, procedentes de múltiplos setores sociais a todo o tempo. Nesse sentido, sexo, gênero e desejo seriam relacionados como um todo supostamente coerente, reiterando-se por meio de uma heterossexualidade compulsória. Para a autora, o sujeito é ele próprio uma matriz generificada, de modo que as “normas regulatórias do ‘sexo’

²⁸ No original: “*Las relaciones de género son fenómenos socio-culturales que estructuran la perpetuación de la vida humana en sociedad de modo tan fundamental y enigmático como, por ejemplo los sistemas de parentesco*” (STOLKE, 2004, p. 2).

trabalham de uma forma performativa para constituir a materialidade dos corpos e, mais especificamente, para materializar o sexo do corpo, para materializar a diferença sexual a serviço da consolidação do imperativo heterossexual” (BUTLER, 2008, p. 111). Ainda segundo Butler, o gênero produz o sexo por meio de uma performatividade da linguagem e, por sua vez, o sexo qualifica um corpo para a vida no interior do domínio da inteligibilidade cultural.

Autoras como Anne Fausto-Sterling (2002, p. 79) caminham na mesma direção, afirmando que crenças sobre gênero afetam o conhecimento dos cientistas sobre sexo. Assim, segundo Fausto-Sterling (2002), mesmo o conhecimento científico dos hormônios, do desenvolvimento do cérebro, e do comportamento sexual são construídos em contextos sociais e históricos específicos e carregam suas marcas. Como resume Ilze Zirbel (2007, p. 158), a partir de sua análise de feministas como Donna Haraway, Linda Nicholson e Judith Butler, “os sinais corporais não se separam das ideias sobre eles, a materialidade não é irredutível e o social é corporificado”.

Maria Luiza Heilborn (1992, p. 4) antecipou que, se as distinções entre gênero são universais, as atribuições, atividades e objetos associados a um e outro, enfim, as categorias de gênero serão sempre culturalmente determinadas. E Guacira Lopes Louro (2000) complementa que os corpos ganham sentido socialmente e, portanto, a inscrição do gênero nos corpos é feita em um determinado contexto e com os sinais de uma determinada cultura. Nas palavras da última autora, “as identidades de gênero e sexuais são, portanto, compostas e definidas por relações sociais, elas são moldadas pelas redes de poder de uma sociedade” (LOURO, 2000, p. 6).

Desse modo, embora os discursos da ciência, que baseiam seus argumentos de diferenciação entre os sexos na biologia e em dados que seriam “naturais”, sejam vendidos como verdades máximas absolutas – inclusive por tantos “especialistas” em revista, como verificaremos –, eles não estão imunes ao senso comum e ao contexto social e cultural que permeiam as considerações sobre homens e mulheres. Como Michele Rosaldo (1980, p. 400) havia previsto, “o lugar da mulher na vida social não é um produto das coisas que ela faz (ou menos ainda uma função do que, biologicamente, ela é), mas o significado que as atividades dela adquirem dentro da interação social”.

De acordo com o que resgata Tânia Swain (2000, p. 63), Judith Butler, em seus trabalhos, alerta que o sexo biológico tomado como dado natural, não problematizado, é produto de um sistema de representação do mundo, de um regime de verdade que constrói a

diferença ao anunciá-la. Butler (2008) também chama a atenção para a reiteração dessas normas contínuas de gênero. Assim, os médicos transformam um ser “neutro” em “ele” ou “ela”, de modo que a nomeação faz com que a pessoa seja trazida para o domínio da linguagem e do parentesco por meio da interpelação do gênero.

Essa interpelação será reforçada em uma série de momentos ao longo da vida da pessoa por diversas autoridades, inclusive por produtos midiáticos que atestam que, se você tem um determinado comportamento, tem interesse em assuntos de moda e beleza corporal, mas também tem uma tendência a ser maternal e não competitiva, se você tem o corpo classificado dentro do que se entende por sexo feminino e se interessa por homens, então, você se enquadra no que se entende por “feminino”; esses chamamentos de gênero, aliás, tendem a se repetir nas matérias

Portanto, como Judith Butler (2008) ainda explica, a nomeação é tanto o estabelecimento de uma fronteira como a inculcação repetida de uma norma. Para Debora Diniz (2014, p. 12), esse processo de encarnação do gênero é desde sempre agressivo “e nos torna isso que somos – superfícies naturalizadas pela ilusão ontológica do binarismo sexual com finalidades reprodutivas”.

O que facilita os processos de identificação, inclusive das revistas, e o interesse de seu público é justamente a busca dos sujeitos por uma unidade, ainda que ela não exista. Como explica Guacira Lopes Louro (2000) a partir dos pensamentos de Jeffrey Weeks, a incerteza e a possibilidade de dissolução causam um incômodo, o que faz com que tentemos fixar uma identidade. Assim, a intenção de dar um fundamento às nossas ações faz com que construamos “‘narrativas pessoais’, nossas biografias de uma forma que lhes garanta coerência” (LOURO, 2000, p. 7).

De qualquer modo, a formação de identidades não é estável. Stuart Hall (2014, p. 11) converge especialmente para esses pensamentos de Joan Scott (1995) e Judith Butler (2008) ao afirmar que, atualmente, em função dos processos sociais, a identidade torna-se uma “celebração móvel”, sendo formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais se é interpelado nos sistemas culturais.

A identificação de gênero seria, então, igualmente instável. Reforça-se a todo o tempo a ilusão de uma coerência, que pode ter um efeito tranquilizador frente aos indivíduos, de modo que o princípio de masculinidade, por exemplo, baseia-se na repressão necessária dos aspectos admitidos como femininos, como se fosse uma regra geral partilhada por todos. Porém, como acrescenta Denise Riley (1988),

dentro do próprio gênero, vários elementos se chocam uns contra os outros. Assim, é possível se estar dentro do padrão de gênero sob um aspecto, escapando-se a ele em outro, ou ainda, como ressalta Guacira Lopes Louro (2000, p. 6), determinadas identidades podem parecer provisoriamente atraentes e, depois, descartáveis.

Portanto, o sujeito é fragmentado, contraditório e os processos de identificação são transitórios e problemáticos, alterando-se inclusive conforme o contexto, o que não só nega a estabilidade e o binarismo de gênero como também qualquer concepção de uma identidade inteira, unificada e acabada. Como considera Tânia Navarro Swain (2000, p. 75),

do lugar de onde falo, do corpo que abriga minha linguagem, do gênero que me é atribuído, traduzindo representações do mundo e auto-representações de um tempo/ espaço, sou um feixe de experiências que fazem de mim um ser no presente, porém nunca cristalizado em uma natureza ou função.

Mesmo assim, a sociedade segue atribuindo rótulos, tentando fixar as identidades. A sociedade define mas também, de formas sutis ou violentas, distingue e discrimina (LOURO, 2000). Isso fica evidente não só pela violência física desferida contra os considerados desviantes, como inclusive, e talvez principalmente, pela própria invisibilização desses grupos dos que seriam “anti-naturais” – sendo que olhar para as páginas de revistas pode dar algumas pistas disso. Portanto, do mesmo modo que “homem” e “mulher”, feminino e masculino podem ser vistos como “categorias vazias e transbordantes; vazias porque elas não têm nenhum significado definitivo e transcendente; transbordantes porque mesmo quando parecem fixadas, elas contêm ainda dentro delas definições alternativas negadas ou reprimidas” (SCOTT, 1995, p. 28).

Os sujeitos são atingidos, então, e participam de processos de identificação por meio de várias frentes, em um fluxo contínuo. Esse caráter temporário das identificações, no entanto, não deixa de sinalizar justamente meios de liberdade e subversão. Seguindo o raciocínio de Judith Butler (2008), o pertencimento à categoria de “feminino” dependerá continuamente de uma repetição que nunca será igual, mas sofrerá alterações em um ou outro aspecto e nessa repetição é que estão as formas de fissura de um poder normativo. Assim, ao se refazerem as ações típicas do feminino, por meio de ligeiras mudanças, essa categoria

iria sendo re-feita. Nessas ações podem se concentrar, inclusive, possibilidades de agenciamento das mulheres, que podem adotar ou não determinadas performances típicas ao gênero, conforme o lugar que desejar ocupar, jogando com o que é esperado socialmente.

Enfim, colocando em xeque o próprio uso da palavra “gênero”, a mexicana Marta Lamas (1995) alertou que o uso dessa expressão causaria algumas confusões, significando ora certos aspectos de relações entre os sexos, ora representando simbolização cultural de diferença sexual.

Além disso, enquanto nos anos 1980 o termo diluiu as denominações mulher, feminismo e teorias feministas, sendo uma alternativa para fugir de palavras relacionadas a uma radicalidade que suscitava preconceitos na academia, nos anos 1990, a ênfase no gênero passou a pressupor o estudo não só de mulheres como também de homens. Como expõe Claudia Costa (1998, p. 132), “não fosse suficiente a mulher ter virado gênero nos anos 80, vejo o gênero virando masculinidade no final dos anos 90”. Assim, via-se a mulher perder espaço mesmo nos campos que emergiram com um intuito feminista.

Desse modo, as críticas ao termo gênero surgiram especialmente pelo espaço que ele iria conferir ao masculino ou mesmo pela invisibilização das mulheres – permitindo um trabalho científico que não obrigatoriamente estivesse ligado às causas feministas – e pelas limitações em se debaterem as diferenças, ao se ver gênero como algo unificado. Teresa de Lauretis (1994, p. 207) alerta para uma visão de gênero apenas como diferença sexual. A partir dessa visão, “não haveria absolutamente qualquer diferença e todas as mulheres seriam ou diferentes personificações de alguma essência arquetípica da mulher, ou personificações mais ou menos sofisticadas de uma feminilidade metafísico-discursiva”. Judith Butler (2001) também questiona essa associação direta entre gênero e social, sugerindo-se que o sexo estaria ligado ao natural ou a uma essência de mulher. A autora pergunta se, afinal, o sexo não estaria para o gênero como o feminino estaria para o masculino, ou seja, como um objeto passivo, aguardando uma significação social e por onde são projetadas uma série de definições.

Como alternativa ao “gênero”, Claudia Costa (1998, p. 133) defendeu o retorno à categoria “mulher” que, ao ser uma identidade politicamente assumida, invariavelmente ligada aos lugares social, cultural, econômico, geográfico, racial, sexual etc., a partir do qual se leria o mundo, tornar-se-ia uma “posição política e o campo movediço e arriscado de ação e reflexão dos estudos feministas em contraposição ao

porto seguro dos estudos de gênero (ou masculinidades) dentro da academia”.

Não se pode perder de vista ainda que mulher precisa ser admitida em toda a sua heterogeneidade e entendida “não como essência ontológica, nem mesmo no sentido restrito de mulher como essencialismo estratégico, mas na acepção ampla de posição política” (COSTA, 1998, p. 132). Concordamos, então, com Naomi Schor (1989), para quem a especificação feminina continua sendo tática contra a dissipação da mulher dentro de uma (in)diferença efetuada inclusive por teóricos. Na verdade, podemos acrescentar que, se gênero já se referiu mais diretamente à mulher, passando, posteriormente, para os debates associados à masculinidade para, mais recentemente, ser ligado aos estudos LGBTQ, podemos admitir que há mudanças constantes na forma com que é admitido academicamente.

Enfim, uma postura crítica deve incluir, dessa forma, a contestação de coerência e estabilidade que, assim como gênero, também contaminam a categoria mulher nos espaços dos meios de comunicação. Ao olharmos para os *Mídia kits*²⁹ da revista *TPM* (TRIP, 2009; 2015; 2016), por exemplo, notamos a pressuposição de uma mulher, admitida como coerente, sempre interessada naqueles assuntos apresentados, consumidora dos discursos e produtos propostos. Essa mulher idealizada ajuda a atrair os anunciantes e a nortear as matérias que serão feitas e as peças publicitárias que serão inseridas. Por outro lado, em essência, ela não existe, ou seja, não há uma mulher ou um grupo de mulheres que se comporte exatamente como o previsto seja pela revista ou, em nível macro, pela sociedade.

Além disso, a mulher idealizada por *TPM* pode ser, por exemplo, aquela que questiona os padrões sociais de que é preciso ter filhos até os 30 anos. Com isso, sugere-se a não-leitora, como aquela que, de fato, busca ter filhos até os 30. Do mesmo modo, *Claudia* aponta como não-leitora aquela que não se interessa por se manter magra ou atrair sexualmente o parceiro. Como avesso da mulher enunciada pode estar, inclusive, a que busca atrair sexualmente uma parceira. Nesse sentido, ao se falar no grupo das mulheres de quem as revistas falam, não se pode esquecer das “não-mulheres”, segundo as publicações, das heterogeneidades, seja quanto a sexualidade, raça, localização

²⁹ *Mídia kit* é um conjunto de informações sobre os tipos de público, em relação à idade, sexo, classe social e etc., alcançado por uma revista. Normalmente, os *Mídia kits*, produzidos com base em pesquisas junto às leitoras e aos leitores, são voltados para os publicitários, para atrair anúncios.

geográfica, escondidas por trás do marco regulador com uma aparência de “natural”. Afinal, pela repetição recorrente dos mesmos modelos, as revistas parecem conceder apenas a algumas o grau de mulher, privando todas as outras dos espaços de privilégio e, nesse sentido, invisibilizando-as, como se existissem menos.

Relembrando Claudia Costa (2002, p. 69), a categoria “mulher” deve ser entendida como “histórica e heterogeneamente construída dentro de uma ampla gama de práticas e discursos”, em diferentes temporalidades e densidades e existindo em relação a outras categorias igualmente instáveis. Assim, como já foi dito, pretendemos observar essa categoria à luz de outras, especialmente à luz de raça, uma vez que tais categorias estão relacionadas, remetendo a um complexo sistema de significação que será determinante nas relações sociais atuais; as duas são “poderosas ficções”, nas palavras de Maria Lugones (2007, p. 202).

Em obra traduzida em 2014, a filósofa argentina expôs que a própria modernidade organiza o mundo ontologicamente em termos de categorias homogêneas, atômicas, separáveis (LUGONES, 2014). Essa categorização se manifesta na linguagem que, como afirmou antes Nelly Richard (1996, p. 734) “recorta experiências em categorias mentais, segmenta a realidade em nomes e conceitos e delimita unidades de sentido e pensamento”.

Pretendemos, então, endossar as reivindicações que caminham no sentido de ir além das engessadas categorias da modernidade, questionando, a partir dos discursos, aspectos referentes a gênero, raça e corpo, tratando diferenciações e diferenças. Nesse movimento, vale lembrar Audre Lorde (1998, p. 376), para quem a recusa em ver as diferenças torna impossível ver os problemas e as armadilhas que, afinal, encaram os grupos de “mulher”. Nestes debates, também não perdemos de vista as colocações de Boaventura de Sousa Santos (2003a, p. 458): “temos o direito a ser iguais quando a diferença nos inferioriza; temos o direito a ser diferentes quando a igualdade nos descaracteriza”.

1.1.2 As revistas e o “tipicamente feminino”

Quando falamos dos veículos de comunicação, precisamos levar em conta que mesmo a existência das versões segmentadas não deixa de corroborar o binarismo, tão criticado pelas feministas. Assim, as revistas supõem áreas de interesses para o grupo “feminino”, enquanto outras áreas seriam “pertencentes” ao masculino.

Autoras como Marília Scalzo (2003) apontaram que, na verdade, as revistas surgiram como um produto especialmente para o público

feminino, em meados do século 17, na França. Com uma linguagem fácil e textos mais curtos do que as tradicionais obras literárias, esse tipo de publicação facilitaria uma leitura a ser interrompida pelos trabalhos domésticos e cuidado com os filhos, tão associados às mulheres na época e, em alguma medida, até hoje.

No Brasil, principalmente depois da segunda metade do século 20, com o desenvolvimento da indústria e do comércio, impulsionando os anúncios publicitários, e o aumento do poder de compra das mulheres, as revistas admitidas como femininas se consolidaram. Com uma forma própria de jornalismo, envolvendo técnicas textuais e gráficas de aproximação com as leitoras, e temas referentes ao cotidiano, as publicações alcançaram as fórmulas tão conhecida de hoje.

Enfim, quando as precursoras como *Claudia*, de 1961, e *Manequim*, de 1959, já estavam fortes no mercado, despontaram os veículos voltados ao público masculino, especialmente após a década de 1970. Desse modo, se aos homens seriam destinados títulos sobre pesca, esportes, carros, tecnologia e com ensaios sensuais femininos, com a conhecida *Playboy*³⁰, às mulheres caberiam publicações que falassem, principalmente, de moda, comportamento, cuidados da casa e, claro, maternidade. A suposta “essência” de cada gênero influenciou até nos detalhes dos *layouts*, determinando, inclusive, fontes de letras “mais delicadas”, no caso do público feminino.

Maria Celeste Mira (2001) atesta que as diferenciações entre homens e mulheres se firmaram de tal maneira que falharam iniciativas, por parte da Abril, de inovação nesse quesito, como uma revista de negócios dirigida às mulheres, no início da década de 1990, a *Mulher Atual* (1990)³¹. Seja como for, há imprevisibilidades nesse aspecto, de modo que *TPM* teria surgido justamente para o público feminino que, inesperadamente, estava consumindo a revista *Trip*, voltada prioritariamente para os homens.

De qualquer forma, é certo que tais distinções, além de facilitarem as abordagens dos veículos, contribuem para uma lógica de mercado, atraindo anunciantes bem específicos para um título e outro;

³⁰ A revista que trouxe ensaios eróticos de mulheres foi fundada em 1953, nos Estados Unidos, por Hugh Hefner. A versão brasileira da revista foi lançada em 1975, pela Editora Abril (AVEIRO, 2015). Em 2016, após quatro meses sem edições, passou a ser publicada pela PBB Editora.

³¹ É necessário observar que talvez o fracasso de publicações como essa não tenha se dado exclusivamente por essa inovação de enfoque, mas também por técnicas de execução do projeto, como o modo como os temas foram abordados.

afinal, quanto mais delimitado o público, mais fácil fica prever quais serão os serviços e produtos associados a ele. No entanto, é necessário problematizar quais podem ser as implicações relacionadas às diferenciações.

Como ponto de partida, é preciso lembrar que a ideia de um “feminino” coerente e homogêneo norteou uma série de produções midiáticas do século 21, que se valeram ainda de ideais do que seria a mulher “atual” e “moderna”. Portanto, ao observarmos os assuntos mais recorrentes nos magazines, fica fácil destacar dois eixos centrais de temáticas: um de aparência e outro de atividade. Em suas matérias de destaque, as revistas se dedicam a trazer informações e sugestões sobre cuidados com o corpo e cada uma das partes corporais, ou então abordam atividades que seriam do cotidiano da mulher, a saber: a maternidade, a atividade doméstica, a atividade profissional, a sexualidade.

Passar pelas páginas, resumindo, é ingressar nas relações de gênero, como se verá com mais atenção. Nesse movimento, tal como quando se marca um “x” em frente à palavra “feminino” em um formulário, remetendo aqui ao questionamento de Lauretis (1994, p. 217), não seria o “feminino” que estaria se marcando em nós? É preciso questionar ainda por meio de que mecanismos, em revistas, afinal, isso seria possível, e como se delimitam as aparências e atividades desse “ser mulher” segundo os magazines.

1.1.3 O eixo da atividade

Se a sexualidade tem espaço garantido nas revistas femininas, permeando matérias sobre relacionamento amoroso e até maternidade, não há como deixar de considerar que ela vem tendo um papel central no período moderno. Como explicou Mary del Priore (1993, p. 66), o controle da sexualidade feminina foi parte imprescindível no processo civilizatório das colônias. Segundo a autora, no período colonial brasileiro, a partir do século 16 e 17, o discurso normatizador, que tinha como grandes aliados os saberes médico e religioso, objetivava valorizar o casamento e, dentro dele, a função considerada “natural” da maternidade, a fim de converter as populações femininas a um modelo de comportamento que fosse útil ao projeto civilizatório. Verena Stolke (2006, p. 26) complementa que, enquanto o *status* social fundamenta-se no nascimento, no sangue, na descendência, em vez de méritos ou aquisições socioeconômicas, torna-se “decisivo para os homens em suas

disputas por honrarias sociais as mulheres e o controle de sua sexualidade”.

Ao mesmo tempo em que garantiu o aumento da população da colônia, a figura da “santa-mãezinha”, dedicada ao âmbito doméstico, aos filhos e ao marido, supostamente, evitaria qualquer possibilidade de desordem e contravenção. Além de serem vistas como seres inferiores e débeis, dependendo de cuidado e vigilância masculinos e carregando corpos cheios de mistérios que, até então, não tinham sido esclarecidos pela medicina, as mulheres seriam a via para a queda e perversão dos homens. A sexualidade feminina precisaria ser controlada por ser considerada a porta de entrada para a degenerescência, para a propagação de doenças e até para a mestiçagem que ameaçaria a nobre “raça imperial”, observando-se aqui a estreita relação entre questões de gênero e raça.

O fato é que, seja pela via da paranoia dos homens, por não conseguirem comprovar a origem de sua prole, como explicou Anne McClintock (2010), ou pelos caminhos do adestramento feminino previsto pela colonização, debatido por Priore (1993), consolidou-se o modelo da mulher recatada e mãe que atravessou os séculos, servindo de elo de transmissão dos valores da Igreja e de instrumento para o povoamento da colônia. A lógica do patriarcado confluiu para isso, ao ter como centro a figura da “potencial reprodutora asilada” em uma família (DINIZ, 2014, p. 12).

Desse modo, a exaltação da “mãe”, ser quase celestial, delimitou-se como uma das estratégias para a manutenção das proposições que confluíram para o controle da sexualidade feminina e para a manutenção do poder patriarcal. No entanto, se o poder se vale de suas ferramentas para mascarar seu caráter coercitivo, ele não deixa de lançar mão de recursos repressores.

Portanto, as mulheres que mantinham relações admitidas como ilegítimas, estando fora da instituição do casamento, foram julgadas no rigor dos preconceitos desde a era colonial. Como toda normalidade se estabelece pela delimitação de seu desvio, a figura da valorizada “mãezinha” e “exemplar esposa”, com seus padrões ideais de comportamento, construiu-se também com base no seu oposto, a “mulher sem qualidades”, a “devassa” que seria excluída e demonizada socialmente. Com frequência, o estigma, estendido também às solteiras e às infecundas, veio associado a questões de raça e de classe, à medida que essas “mulheres desqualificadas” foram, em muitos casos, também aquelas de classes baixas, as mulheres negras ou indígenas, condenadas ainda como pivôs da indesejada miscigenação. Preocupação dos poderes

institucionais, as mulheres que não se casavam, enfim, as consideradas “devassas” carregaram um pesado julgamento moral, por irem contra a sua suposta natureza de mães, e por não colocarem seus corpos a serviço da sociedade patriarcal e do projeto colonizador. Formou-se, então, a discriminação exacerbada das que “viviam em pecado”, como símbolo de decadência e contravenção, opondo-se às virtuosas.

Da era colonial aos séculos que se seguiram, os sermões dominicais pregaram que haveria salvação para as perdas, porém, a Igreja contribuiu para reiterar a suposta inferioridade da natureza feminina e a distinção e depreciação dentro do grupo “mulheres”. Como foi sugerido nas recomendações às famílias de moças até meados dos anos de 1960, era necessário uma vigilância constante sobre corpos e práticas, pois, com um simples descuido, elas poderiam se “desvirtuar”. Para evitar essa decadência, se faziam necessários a atenção das figuras religiosas, o apoio dos médicos e a própria determinação feminina, voltando-se completamente para o seio do lar, em obediência ao marido e à família.

Considerando esses aspectos, notamos que o século 21 chegou com uma conhecida liberação dos costumes para as mulheres, impulsionada também pela propagação dos exercícios físicos, pela maior participação da mulher na sociedade e pela popularização dos métodos contraceptivos, enfraquecendo a ligação entre sexualidade e reprodução. No entanto, isso não foi o suficiente para que se extinguisse por completo o controle sobre os corpos femininos na sociedade. O uso da “mão punitiva para a governança do gênero”, como bem colocou Debora Diniz (2014, p. 18), foi manifestado claramente pelas leis que ameaçam de prisão as mulheres que abortam. A obsessão com a formação de famílias atualiza-se, dessa maneira, mantendo os corpos femininos sob vigilância e ainda execrando mulheres pertencentes ao grupo de “pecadoras”.

Como complementa Tânia Swain (2014, p. 39), “o patriarcado não cessa de discorrer sobre mulheres, seus corpos, suas mentes, destilando ‘verdades’ absolutas a seu respeito”. Assim, sendo mulheres no social ou fêmeas no biológico, esses “corpos-em-mulher fixam uma identidade fictícia nas quais se imbricam as injunções do amor e da sexualidade”, como ainda destaca a autora, a que se somarão ainda uma série de outras atribuições. Portanto, se, para Naomi Wolf (1992), os cuidados estéticos são uma via de reforço à subordinação feminina na sociedade, instalando sobre elas uma inquietação que não deixa de desviar seu foco da atuação na sociedade, Adrienne Rich (2010, p. 19) lembra que a maternidade no contexto patriarcal, a exploração

econômica, a família nuclear e a heterossexualidade compulsória são “instituições nas quais as mulheres são tradicionalmente controladas”. Instituições, aliás, continuamente fortalecidas pela legislação, por iniciativas de censura e pelos discursos midiáticos.

Afinal, ao apontar a heterossexualidade como algo inato, os meios de comunicação, historicamente, não deixaram de convergir para a imposição de heterossexualidade de que falava Rich (2010). Mais do que isso, sugeriram a necessidade de homens como “protetores sociais e econômicos, para a sexualidade adulta e para a complexão psicológica” e, nesse sentido, a família formada a partir de um casal heterossexual seria a “unidade social básica” (RICH, 2010, p. 41).

Essas pressuposições não se deram ainda sem uma ligação entre as mulheres e a espiritualidade e o lado emocional, reiterando-se, nesse sentido, sua aproximação com a natureza, ao passo que os homens seriam aqueles próximos à cultura e ao racional, provendo a mencionada proteção. Silvana Mota-Ribeiro (2010, p. 144) credits essas associações aos estereótipos consolidados no humanismo renascentista, à divisão cartesiana entre corpo e mente: enquanto os homens estariam ligados à razão e força, elas seriam identificadas com a fraqueza de espírito, com a beleza e o corpo. Portanto, as mulheres estariam, em seu âmago, conectadas com a porção mais decadente do ser, enquanto a eles iria se referir o lado mais nobre, o intelecto e o discernimento. Para Magali Engel (1997, p. 332) uma das imagens “mais fortemente apropriadas, redefinidas e disseminadas pelo século 19 ocidental” seria “aquela que estabelece uma associação profundamente íntima entre a mulher e a natureza, opondo-se ao homem identificado à cultura”, o que voltaremos a debater.

O fato é que a sexualidade, a maternidade e as demais atividades associadas ao feminino como um todo abarcaram e ainda abarcam, neste século 21, um controle e método sobre o desempenho e as condutas das mulheres, operando inclusive nos produtos midiáticos, o que podemos supor desde as chamadas de *Claudia* sobre como arrumar um namorado ou como aliviar as culpas inerentes à função de ser mãe, por exemplo. A isso se somará uma outra forma de controle, tão contínua quanto incisiva, sobre os ombros femininos – e não apenas sobre os ombros, como sobre cada parte do corpo: o eixo da estética.

1.1.4 O eixo da aparência

Avtar Brah (2011, p. 247) afirma que a invenção do “homem europeu” como sujeito universal de pensamento social e político

ocidental foi cristalizada frente a uma série de “outros”, como classes populares, as pessoas negras, indígenas, gays, bem como as mulheres de um modo geral.

Se houve valorações depreciativas associadas a cada uma dessas classificações, Joan Scott (1995) destaca a simbologia relacionada especialmente ao que se entende por “feminino”. Como elementos principais que distinguem o gênero, a autora reforça os símbolos e os mitos culturalmente disponíveis que evocam representações múltiplas; os conceitos normativos que manifestam as interpretações dos significados dos símbolos; as instituições e organizações sociais que reiteram as relações de gênero e as identidades, tanto individuais como as formadas em grupos. Portanto, na tradição cristã Ocidental, por exemplo, Eva e Maria seriam mitos da luz e das trevas, da inocência e da corrupção, evocando-se representações variadas e frequentemente contraditórias que certamente influenciaram na visão que se teria de “mulher”.

Conceitos normativos como as doutrinas religiosas, científicas, políticas, jurídicas, lançaram suas interpretações, reatualizando esses símbolos, o que seria reforçado ainda pela família, pelo mercado de trabalho, pelas instituições educativas ou mesmo nos julgamentos do indivíduo sobre a própria identidade ou sobre a identidade de um grupo.

Como poderoso mecanismo na consolidação de conceitos normativos, esteve o empreendimento colonial. Nesse sistema, a transmissão do poder masculino branco passava pelo controle das mulheres colonizadas, como categoria próxima à natureza, de modo que as mulheres seriam “a terra que está para ser descoberta, penetrada, nomeada, inseminada e, acima de tudo, possuída” (MCCLINTOCK, 2010, p. 58). Em mapas e de muitas maneiras, as mulheres serviam como figuras mediadoras e liminares por meio das quais os homens se orientavam no espaço, como agentes do poder e do conhecimento.

A jornada colonial em direção ao interior virgem foi carregada por uma contradição, pois seria representada como “avançando no espaço geográfico, mas regredindo no tempo histórico, para aquilo que é figurado como uma zona pré-histórica de diferença racial e de gênero” (MCCLINTOCK, 2010, p. 57-58). Desse modo, qualquer violência contra os corpos dos colonizados e das colonizadas era justificada, já que eles eram apontados como inferiores, encarnação do “primitivo”. Nessa era das conquistas coloniais, as mulheres foram admitidas como propriedades masculinas e suas contribuições foram diminuídas, em uma forma de compensação por parte dos homens, inclusive pela

incapacidade masculina de comprovar de imediato a verdadeira origem de sua prole – privilégio exclusivo das mães.

Seja como for, as significações e atribuições relacionadas à mulher nunca deixaram de passar pelo que Rich (2002, p. 17) apontou como a “geografia mais próxima”: o corpo. Como ainda complementou Ana Gabriela Macedo (2011), é preciso pensar sobre o corpo da mulher como signo, constructo para, posteriormente, redesenhá-lo como foco potencial de resistência.

Nesse sentido, olhar para o corpo da mulher nos meios de comunicação permite que se vislumbrem diversos aspectos sobre ela na contemporaneidade, além de rastros históricos, e pode ser um ponto de partida para questionamentos e problematizações. Se, como afirmou Guacira Lopes Louro (2003, on-line), “a determinação das posições dos sujeitos no interior de uma cultura remete-se, usualmente, à *aparência* de seus corpos”, isso se dá de maneira ainda mais preponderante quando se fala em mulheres, diretamente associadas à ideia de corpo. Afinal, a mulher é, historicamente, associada à beleza de seus traços corporais.

De acordo com o que também assinala Louro (2003, on-line), o corpo possui significados que variam conforme o tempo, conforme a cultura, portanto, “possuir (ou não possuir) uma marca valorizada permite antecipar as possibilidades e os limites de um sujeito; em outras palavras, pode servir para dizer até onde alguém pode ir, no contexto de uma cultura”. Mas os significados do corpo deslizam não só porque são alterados mas também, e talvez principalmente porque, como ainda lembra a autora, são “objetos de disputas”. Pessoas e instâncias dizem o que são os corpos, o que devem ser, e, como supomos considerando as revistas, quem deve falar sobre eles e o que deve representá-los.

Se as páginas de revista podem ser espaços que denunciam essas disputas a partir das marcas corporais valorizadas ou depreciadas, sabemos que, quando se fala em aparência do corpo e em seu embelezamento, fala-se de um corpo feminino. Naomi Wolf (1992) acrescenta que a ligação entre corpo feminino e aprimoramento estético contribui para se manter intacto o domínio masculino, relegando as mulheres, de um modo geral, à uma hierarquia vertical de um padrão físico imposto culturalmente. Na verdade, como sinaliza a autora, a imposição a um embelezamento contínuo sugere que seu corpo precisa sempre de complementação e aperfeiçoamento, o que contribui para a sua subalternização. Assim, a aparência valorizada de corpo feminino se refere a uma engrenagem que abrange diversos aspectos, da visão eurocêntrica às concepções patriarcais, passando pelos ideais capitalistas.

Como complementou Wolf (1992) – há mais de duas décadas –, as revistas estão sujeitas aos imperativos de seus anunciantes, projetando continuamente atitudes relacionadas aos corpos. A autora é incisiva e chega a afirmar que os magazines “precisam, conscientemente ou não, promover o ódio das mulheres ao próprio corpo a um ponto tal que elas passem fome lucrativamente” (WOLF, 1992, p. 110), pela dependência do orçamento publicitário a produtos dietéticos.

Resgatando mais uma vez as questões históricas que viabilizam esses mecanismos, apesar de a gordura já ter sido relacionada à generosidade, ao enriquecimento e à prosperidade no Renascimento, época em que a magreza simbolizou miséria e definhamento, ao longo do século 20 se experimentou uma aversão quanto ao excesso de lipídeos (VIGARELLO, 2006).

A magreza foi coroada não só por influência da “silhueta flecha” da década de 1920, propagandeada nos jornais e revistas, mas pelas manequins *twiggy* e até com as bonecas Barbie, com seu contorno esguio, sua pele polida e seu indissociável ideal de juventude, a que se somaria ainda a glorificação das estrelas de cinema e da publicidade. Felizmente, neste século 21, despontam bonecas *Barbie*³² de outros estilos de corpo, e iniciativas em prol da propagação de medidas corporais mais “reais” na mídia, incluindo na publicidade. De todo o modo, é inegável que o padrão longilíneo ainda permanece sob os holofotes.

Ao longo do século 20, o aumento das técnicas de emagrecimento, com intervenções cirúrgicas e procedimentos específicos, fez com que tais formas esguias se intensificassem a tal ponto que Vigarello (2006) destacaria alguns parâmetros. Segundo ele, em 1933, a revista francesa *Votre Beauté* sugeriu 60 kg como peso ideal para uma mulher medindo 1.68 de altura. Já em 2001, a atriz de cinema Angelina Jolie, com a mesma altura, pesou apenas 48 kg (VIGARELLO, 2006, p. 187) – e passaria a primeira década do século 21 com uma magreza assustadora e sob os rumores de que estaria sofrendo de anorexia.

³² Questionamentos sobre as proporções corporais irreais da boneca fizeram com que, a partir de 2016, a Mattel, principal fabricante da Barbie, anunciasse outras versões, mais curvilíneas. A iniciativa não deixa de ser um avanço frente à paranoia da redução de medidas registrada ao longo do século 20. A boneca e o anúncio da Mattel foram tema da matéria de capa da revista *Time* em janeiro de 2016. Disponível em <<http://time.com/barbie-new-body-cover-story/>>, acessado em 29 de janeiro de 2016.

O fato é que a gordura passou a ser vista como desvio mantido senão por vontade, no mínimo, por consentimento ou desleixo do seu indivíduo portador. A pessoa gorda seria alguém que deformou o corpo concedido pela natureza, pela ingestão indevida ou compulsiva de alimentos; seria alguém com uma impossibilidade e uma falha em controlar seus impulsos de fome e em se administrar, ou seja, alguém com um traço de fracasso pessoal. Tais máximas recaíram com mais força sobre aquelas que sempre tiveram o corpo em destaque, as mulheres, em uma obsessão que vai demonstrar seus sintomas no espaço conferido por *Claudia* para técnicas de redução de medidas e ainda nas matérias de *TPM* e *AzMina* que tencionam questionar a paranoia com o peso, como veremos.

É preciso acrescentar, no entanto, que o corpo em destaque, além de feminino e magro, é branco, como mais um indício do que foi consolidado desde a era colonial. Temos as pistas do padrão europeu naquela edição de aniversário de outubro de 2008 de *Claudia*, destacando, em “Moda para todas”, mulheres “que fizeram história em capas de *Claudia*” (MARTINELLI, 2008, p. 248-263): a modelo Leticia Birkheuer, protagonista em quatro exemplares dos anos de 1997 a 2006; a modelo Luíza Brunet, capa três vezes só em 1985; a modelo Dalma Callado, com sua “beleza latina” em quatro edições da revista só em 1976; e a atriz Juliana Paes e sua “alegria contagiante” em dois exemplares de 2006 e 2007. O que notamos é que mesmo essas três últimas, que carregam traços de outras etnias, são delimitadas a partir de um mesmo ideal de branquidade, com maquiagem, cabelo e todo um tipo de produção que faz com que sejam consideradas, fundamentalmente, brancas. Tantas outras figuras conhecidas nas capas da publicação da Abril endossaram um padrão ainda mais eurocêntrico, como a apresentadora Angélica, a atriz Grazi Massafera, ou ainda a modelo Gisele Bündchen; todas loiras.

O que vemos é que o biótipo europeu é institucionalizado como padrão de beleza nos meios de comunicação, contribuindo para a internalização de uma suposta superioridade europeia. Ella Shohat e Robert Stam (2006, p. 40) debatem o eurocentrismo como “o resíduo discursivo ou a sedimentação do colonialismo, processo por meio do qual os poderes europeus atingiram posições de hegemonia econômica, militar, política e cultural na maior parte da Ásia, África e Américas”. Walter Mignolo (2008, p. 301) complementa que o eurocentrismo não dá nome a um local geográfico, mas à hegemonia de uma forma de

pensar³³. Assim, se a conquista de territórios pré-existiu o colonialismo europeu, é essa modalidade colonial que tem um “alcance planetário”, com a submissão do mundo a um só regime “universal” de “verdade e “poder” (SHOHAT; STAM, 2014, p. 15).

Como explica Aníbal Quijano (2002, p. 4), o padrão de poder mundial consiste na articulação entre a colonialidade do poder, com a ideia de “raça” como fundamento do padrão universal de classificação social básica e de dominação social; o capitalismo, como padrão universal de exploração social; o Estado como forma universal de controle da autoridade coletiva, sendo o Estado-nação como sua variante hegemônica; e, finalmente, o eurocentrismo, como forma hegemônica de controle da subjetividade/ intersubjetividade, especialmente no modo de produzir conhecimento e ainda, como sabemos, padrões estéticos.

Santiago Castro-Gómez (2008, p. 281), em referência a Quijano, destaca ainda que a colonialidade abarca a “colonialização³⁴ do imaginário” de povos dominados, ou seja, trata-se de uma repressão que tem sido imposta a maneiras de pensar, na produção de conhecimento, em imagens e símbolos, modos de significação, expressão intelectual, etc. Mas, além de repressão, a sedução, como instrumento de toda a forma de poder, atou na consolidação desses modelos. Assim, se a europeização cultural se tornou uma aspiração, uma maneira de participação do poder colonial (CÁSTRO-GOMES, 2008), ela segue como uma promessa do que há de mais evoluído, enfim, como um referencial a ser imitado, influenciando até no que o indivíduo vai considerar como norma de beleza desde sua infância (ALI, 2004).

No caso do Brasil, a dependência econômica de Portugal com os britânicos faria com que a identidade do colonizado, ao menos em alguns períodos, fosse construída com base em um “outro duplo”: o “outro” do colonizado português direto e aquele do inglês, indireto, como explicou Russell Hamilton (2008, p. 115). Boaventura de Sousa Santos (2003b) havia sinalizado que Portugal, como país semiperiférico,

³³ Fazemos referência aqui, então, não apenas aos europeus em si, como também aos “neo-europeus”, ou seja, aos norte-americanos e aos australianos, que igualmente delimitam-se como hegemônicos, sob essas diversas perspectivas (SHOHAT; STAM, 2014).

³⁴ Em obra recente, Shotat e Stam (2014, p. 15) pontuam que “colonização”, “cultura” e “culto”, como religião, derivam do mesmo verbo latino *colo*, com passado participio *cultus* e futuro participio *culturus*, relacionado a um conjunto de valores e práticas que incluem ocupar a terra, cultivar o solo e envolve a afirmação de origens, além da transmissão, às novas gerações, de valores herdados.

foi ele mesmo em dados momentos quase uma colônia informal da Inglaterra, o que fez com que os portugueses se assentassem sobre um excesso de colonialismo e, ao mesmo tempo, *déficit* de capitalismo.

Esse processo pode, em certa medida, ajudar a entender o excesso de corpos de pele clara nos magazines brasileiros. O fato é que o padrão estético das revistas atuais revela uma percepção cognitiva daqueles que foram educados sob a hegemonia europeia e, mais do que isso, que elegem como norma a branquidade, ou seja, que consolida, continuamente, os corpos brancos nos espaços de privilégio.

Tendo isso em mente, fica mais fácil perceber o porquê dos corpos das mulheres das bancas de revistas, normalmente, pouco corresponderem àqueles das mulheres das ruas – de modo que as distinções de *TPM* e de *AzMina* se firmariam também nesse sentido, pois elas se preocupariam em trazer as mulheres “do mundo real”, no caso de *TPM*, e as “mulheres de A a Z”, no caso de *AzMina*. Não há como admitir, então, quem aparece nas páginas sem pensar nas relações coloniais e nas relações de poder, de um modo geral, que marcaram e marcam o território brasileiro e sua conjuntura histórica.

Como explica Maria Lugones (2007, p. 196), gênero e colonialismo estão diretamente atrelados, a tal ponto que os impérios importaram para as colônias o sistema de gênero, inexistente ou diverso nos contextos indígenas e tribais, com a figura feminina nem sempre ocupando a base da hierarquia³⁵. Segundo a autora, todo mundo, na modernidade capitalista eurocêntrica, foi racializado e gendrado, embora nem todos se tornassem vitimizados ou dominados em termos de gênero e raça. Assim, ela acredita que se faz necessário “decretar uma crítica da opressão de gênero racializada, colonial e capitalista heterossexualizada visando uma transformação vivida do social” (LUGONES, 2014, p. 940). Essa crítica, supomos, passa por questionamentos sobre a posição socialmente inferiorizada da mulher, bem como sobre essas fundamentações que elegem apenas as pessoas brancas como referenciais estéticos.

1.2 A TEMÁTICA RACIAL EM REVISTAS

Na edição de fevereiro de 2007, Tais Araújo esteve na capa de *Claudia*, lado a lado com a apresentadora Adriane Galisteu. A chamada, naquela primeira página, sinalizou que as duas personalidades iriam

³⁵ Rita Segato (2012) chegou a encontrar em comunidades tribais e afro-americanas visões sobre o gênero, mas em configurações diferentes.

mostrar o “estilo de se vestir” do Rio de Janeiro e de São Paulo, já que, enquanto a primeira é carioca, a última é paulistana. Taís Araújo, que dividiu a capa com a apresentadora loira, de olhos claros, interrompeu um hiato de mulheres negras na primeira página da revista da Abril.

Figura 1 - Capa de *Claudia* com a apresentadora Adriane Galisteu e a atriz Taís Araújo.



Fonte: CLAUDIA, fev., 2007.

Antes daquela edição, Camila Pitanga havia aparecido apenas em março de 2006, sendo destacada como “talento com sabor de Brasil”. Mas após o exemplar dividido com Adriane Galisteu, houve um intervalo ainda maior de capas sem celebridades negras. Após 31 edições, protagonizadas por celebridades como Patrícia Pillar, Angélica, Letícia Sabatella, entre outras, Taís Araújo foi eleita mais uma vez a representante das mulheres negras em *Claudia*, sendo apontada, na capa de setembro de 2009³⁶, a “musa da igualdade”.

É de se questionar, então, qual foi o caminho percorrido, entre valores e convenções, para que se elegeisse Taís Araújo a “musa da igualdade”, Camila Pitanga o “talento com sabor de Brasil” e se chegasse à suposição de que apenas as duas, como mulheres negras, atrairiam as leitoras para a compra de *Claudia*, nesse longo espaço de tempo. O título de “musa da igualdade” não pode revelar, no fim das contas, traços remanescentes da antiga suposição de uma convivência pacífica entre os povos no país? E a menção ao “talento com sabor de Brasil” não pode ser considerada uma re-atualização da sexualização da mulher negra – a quem se atribui, inclusive, “sabor” –, consolidada na

³⁶ Todas as 24 capas dos exemplares impressos de *Claudia* e *TPM* consideradas mais atentamente neste trabalho estão disponibilizadas em “Anexos”, em ordem cronológica.

era colonial? Ou, ainda, por que se considerou normal mulheres negras aparecerem uma única vez nas capas, em quase três anos?

Anos mais tarde, a revista *TPM* alertou, na edição de abril de 2014, protagonizada pela atriz Juliana Alves: “ser negra no Brasil é (muito) f*!”. O exemplar debateu o racismo, do mesmo modo que a *TPM* de outubro de 2005 interrogou “Não vai comprar porque ele é negro?”, questionando, desde a capa, o porquê de Lázaro Ramos não ser chamado para campanhas publicitárias, apesar de ser um ator de sucesso – o que voltaremos a debater mais adiante.

Figura 2 - Capa de *TPM* com o ator Lázaro Ramos.



Fonte: TPM, out., 2005.

Mais recentemente, em 2016, a revista on-line *AzMinia* decidiu tratar de *Nzinga*, uma marca de roupas para as mulheres negras e que “não quer só vestir, quer empoderar” (LISBOA, 2016). Como se vê, as revistas femininas brasileiras revelam inquietações e problematizações quanto a questões raciais. Ao mesmo tempo, não deixam de propor padrões e selecionar determinados modelos, o que ficou ainda mais evidente nos espaços de capa das versões impressas.

Desse modo, acreditamos que magazines voltados para mulheres no país podem denunciar algumas questões que se relacionam com “raça”, com ser “negra” e “negro”, com ser “branca” e “branco” no Brasil, o que precisa ser levado em conta. Tais termos, afinal, exigem atenção, uma vez que podem se referir a processos de exclusão social, entendida como “falta de integração social (ou coesão social) que se manifesta por regras que limitam o acesso de grupos particulares de pessoas aos recursos ou limitam seu acesso aos direitos de cidadania”³⁷,

³⁷ No original: “As such, social exclusion is a lack of social integration (or social cohesion) which is manifested in rules constraining the access of

(GORE; FIGUEIREDO, 1997, p. 11). Não podemos perder de vista, ainda, que as transformações sociais ao longo destes anos do século 21 vêm promovendo deslocamentos nesses discursos midiáticos, o que merece ser olhado atentamente.

1.2.1 O início dos debates sobre raça no Ocidente

No simbolismo das cores do Ocidente cristão, a cor negra despontava, no século 16, como derrota, morte, pecado, mal, enquanto o branco seria sucesso, pureza, sabedoria (HOFBAUER, 2006; GUIMARÃES, 2005; 2008). Mas esse simbolismo de cores não foi estendido ao tom de pele, a princípio, quando os europeus passaram a escravizar as pessoas negras. Se desde os gregos já se teorizava sobre a inferioridade dos escravizados, naquele século, o paradigma mais poderoso de diferenciação em relação a seus conquistadores será o pertencimento ou não à cristandade. A escravidão, desponta, então, como um caráter de “salvação” de povos infiéis. No entanto, no decorrer das décadas, foi construído todo um imaginário, apoiado em estereótipos ou em tratados científicos, que colocou as pessoas negras em uma posição desprestigiada.

Aníbal Quijano (2008, p. 182) explica que a ideia de raça, no sentido moderno, teve uma história conhecida apenas com a colonização da América. Segundo ele, talvez essa ideia tenha se originado em referência às diferenças fenotípicas entre conquistadores e conquistados, mas o fato é que logo foram delimitadas supostas diferenças biológicas entre os dois grupos. Ainda segundo o autor, mesmo as categorias de “cor” e “branco” foram noções majoritariamente anglo-americanas, uma vez que não houve indícios delas em documentos dos primeiros 100 anos de colonialismo ibérico na América. Com essas ideias, termos como espanhol, português e europeu deixaram de sinalizar apenas a origem geográfica para ter uma conotação racial, relacionando-se a novas identidades, o que foi admitido como instrumentos de básica classificação social (QUIJANO, 2008).

De todo o modo, Andreas Hofbauer (2006, p. 99) explica que o primeiro mecanismo que formalizou a exclusão relacionada a critérios genealógicos ocorreu já em 1449, com o espanhol “Estatuto de Toledo”. Ao estabelecer que aqueles que tivessem um único ancestral judeu ou árabe até a terceira geração não pudessem ocupar cargos públicos, o

particular groups of persons to resources or limiting their access to citizenship rights”.

tratado privilegiaria os cristãos, em detrimento aos outros grupos. Na prática, a medida iniciava um distanciamento em relação a grupos como os então chamados “mouros”, africanos de religião muçulmana que, provenientes das regiões dos atuais Marrocos e Argélia, mantiveram controle da Península Ibérica do século 8 até meados de 1492, quando foram expulsos pelos cristãos.

Seja como for, é o médico francês François Bernier quem formalizou, pelas vias da ciência, as diferenciações entre os indivíduos, lançando a proposição de quatro ou cinco diferentes espécies humanas, em artigo publicado em 1684.

No século 18, essas classificações propriamente ditas se consolidaram, com os estudos do cientista sueco Carl Lineu, relacionando os povos a condições climáticas e de sociabilidade. Como acrescenta Antônio Sérgio Guimarães (2008), as teorias da época estavam menos interessadas em esclarecer uma possível diversidade genética do que em explicar a variação de costumes e culturas dos povos. Supunha-se, então, a existência de diferentes capacidades e habilidades morais, psicológicas e cognitivas determinando o desenvolvimento de cada nação, de modo que questões do clima e do meio ambiente poderiam influenciar nesse processo. Vale pontuar, no entanto, que a influência egípcia no continente europeu, em diversos setores, contrariou essas máximas de modo que, como ressaltou Robert Young (2005, p. 115), para garantir o título de máxima civilidade ao europeu, foi muito importante não enquadrar os egípcios na categoria de “negros” – o que reitera, na verdade, a força da arbitrariedade das classificações e tratados.

Enfim, no Brasil, a escravidão foi justificada como um meio de “salvar” os decaídos, não-tementes a Deus e ainda de se levar à civilização um povo que seria bárbaro e inculto. Guimarães (2008) ainda explica que, na época do Brasil-Colônia, mereceram o título de “negros” tanto os escravos indígenas, que seriam os “negros da terra”, como os africanos, que seriam os “negros da África”. Porém, como sabemos, foram esses últimos os que incorporaram o legado da escravidão – não sem resistência, como mostraram os registros de fugas, assassinatos, suicídios – e a denominação de “negros”, principalmente após a segunda metade do século 19, quando o termo assume um significado mais relacionado ao tom de pele escura, de forma até pejorativa.

De acordo com Andreas Hofbauer (2006), a escravidão dos indígenas, no país, foi enfraquecida porque eles ainda tinham a possibilidade de voltar para a própria comunidade, em caso de fuga. Além disso, em alguns casos, por estarem em áreas já demarcadas, sua

escravização poderia implicar o pagamento aos senhores locais, donos das terras, o que não era interessante para a Coroa, pois fortaleceria o poder local. Caminhando nessa mesma direção, jesuítas e a Igreja de um modo geral, que se beneficiava das intervenções coloniais, se manifestavam contra a escravidão dos indígenas, com um ímpeto que não seria o mesmo quando se trataria da libertação dos negros. Segundo Gislene Santos (2002), o próprio tratamento dos europeus com os africanos foi distinto daquele oferecido aos indígenas, uma vez que, embora os dois grupos fossem considerados selvagens, aos indígenas era atribuída uma certa pureza, reforçando a diferença de valorações.

A morte massiva dos africanos e de seus descendentes, como parte do processo escravagista, foi camuflada; afinal, como retrata Walter Mignolo (2008), os critérios não-mencionados para o valor das vidas humanas são um óbvio sinal de uma política imperial, ou seja, é o valor da vida do enunciador quem vai determinar o valor de outras vidas que não têm opção intelectual e nem poder institucional para contar a história.

A associação entre tons de pele e determinados estereótipos, fundamentais no reforço à diferenciação racial, como aponta Stuart Hall (1997), consolidou-se ao longo dos séculos seguintes, com o branco europeu sendo o responsável pelo julgamento moral, assumido como ícone de civilização, ao mesmo tempo em que o cativo ancorado pela lei inibiria qualquer discussão sobre cidadania.

Mas é no século 19 que o racismo, até então justificado principalmente pela religião e pela moral, ganha de fato um contundente apoio científico. Nessa fase, os debates sobre raça se tornam mais intensos, com reflexões sobre as diferenças entre os homens, correlacionando patrimônio genético, aptidões intelectuais e aptidões morais, como expõe Lilia Schwarcz (1993, p. 62). Segundo a autora, o termo “raça” é introduzido na literatura especializada pelo francês Georges Cuvier, no início do século 19, fazendo emergir a ideia da existência de heranças físicas permanentes entre os vários grupos humanos. Perde força, então, a perspectiva humanista herdeira da Revolução Francesa, que naturalizava a igualdade humana, e mesmo a visão monogenista, que seguia as estruturas bíblicas e apontava para a humanidade como uma. Agora, sobressai-se o pressuposto de várias raças humanas, baseando-se em interpretações biológicas, com o apoio de museus e seus diferentes exemplares de faunas e floras.

Em sua obra, Andreas Hofbauer (2006) faz um levantamento dos estudos mais marcantes sobre a temática racial no Ocidente, destacando também, entre os autores do século 19, o francês Arthur de Gobineau,

para quem a verdadeira civilização só poderia ser produzida pela raça branca, e o alemão naturalizado norte-americano Franz Boas, que ressaltaria a importância dos fatores culturais na formação das raças. Esses posicionamentos tiveram reflexo em terras brasileiras.

Na verdade, como pontuam Jonatas Ferreira e Cynthia Hamlin (2010), ao longo de todo o pensamento ocidental, as mulheres, as pessoas negras e outros “monstros”, como os povos selvagens, canibais, tiveram algo em comum: todos estariam mais próximos à natureza, apontariam para a essência liminar de sua humanidade. No lado oposto a essa fronteira, estaria o homem branco, com toda a sua civilidade.

Assim, tratados científicos do século 19 vieram apenas para comprovar e naturalizar essas hierarquias, reforçando a necessidade de controle sobre esses grupos admitidos como inferiores e até ameaçadores em alguma medida, fosse por seus costumes serem considerados bárbaros ou por sua sexualidade exacerbada. A ciência, afinal, torna-se o artifício que justifica a dominação (SANTOS, 2002). Portanto, como também levanta Anne McClintock (2010), ao mesmo tempo em que a África era, à época, considerada um território situado num tempo mais atrasado em relação ao Ocidente, também as mulheres, de um modo geral, seriam de um tempo pré-histórico, irracional; enfim, estariam deslocadas do tempo histórico da modernidade. Os dois grupos exigiriam, então, observação contínua e a subjugação do homem branco.

Seja como for, se Cuvier consolida, no âmbito científico, o conceito de raça, é a figura de Sarah Baartman, a Vênus Hotentote, quem, tendo-o como “preceptor”, inaugura o “conceito moderno de raça”, ao dar corporalidade às teorias racistas (DAMASCENO, 2008, p. 1). A sul-africana nascida em 1789, por ser negra e mulher, estaria duplamente ligada à natureza e, portanto, dois degraus distante da “cultura” propriamente dita. No início do século 19, ela foi levada da África para a Europa, onde foi exibida publicamente, em “espetáculos” científicos, junto com outros corpos considerados “estranhos”. Símbolo de monstruosidade, anomalia, ela foi um recurso para atestar a normalidade de seu contrário: os corpos masculinos, brancos, europeus. Pelo reflexo oposto da figura da Vênus Hotentote, os europeus atestaram, então, sua superioridade e evolução.

À medida que as teses científicas se baseavam na ideia de que o anormal era o outro, com todas as suas caracterizações, fica fácil perceber como a ciência da época se fundamentou como aparato para combater o medo do diferente, do selvagem. Com o poder religioso enfraquecido e o humanismo em plena expansão, a opção foi intitular aquela Vênus, e todos os seus companheiros de cor de pele, como os

demônios, enquanto o europeu branco assumiria o trono de poderoso “deus” na terra.

A carga depreciativa conferida às pessoas negras, da hipersexualidade à preguiça, que extrapolou as teses, sendo lançada para a sociedade em visões racistas, foi construída tendo como inverso a superioridade branca, em toda a sua dimensão. Ora, a própria dificuldade, de que falaram Ferreira e Hamlin (2010), do governo sul-africano em ter de volta os restos mortais de Sarah Baartman, transportada de volta ao seu território de origem somente em 2002, sugere que os resquícios da crença nessa soberania ainda não foram eliminados. Esse fato ainda aponta para a ideia de que, supostamente, caberia aos brancos europeus decidir sobre o futuro de toda a civilização e de cada um de seus indivíduos.

É preciso ressaltar, concordando com Anne McClintock (2010, p. 69), que, se tanto as mulheres, de um modo geral, como as pessoas negras tinham espaço garantido nos lugares mais baixos dessas hierarquizações, o que obviamente teria reflexos nas relações sociais, nos discursos científicos, as mulheres, e principalmente as mulheres negras, seriam ainda mais invisibilizadas como agentes históricos. Essa invisibilidade se manifesta mesmo nos trabalhos atuais que remetem a antigas pesquisas sobre raça e que igualmente acabam por prestigiar somente uma perspectiva masculina. Nesses estudos atuais, a menção é dada especialmente a pesquisas que tiveram homens como seus autores ou como objetos de estudo – mesmo Andreas Hofbauer (2006) e Thomas Skidmore (2012) seguiram nessa linha –, ou seja, não são procurados rastros históricos além da visão hegemônica masculina. Seguirão em uma direção diferente, no entanto, considerando a perspectiva feminina, Anne McClintock (2010), além de Maria Lugones (2007; 2008), Rita Segato (2012), entre outras.

Enfim, os tratados científicos a partir dos séculos 18 e 19, e sua proposição de diferentes níveis de evolução entre as raças, juntamente com as práticas escravistas, contribuíram para a construção de todo um imaginário sobre os negros africanos e seus descendentes, em uma carga negativa e suposições que confirmariam a necessidade de cativeiro. Os discursos ocidentais convergiram para a convicção de que a força de trabalho seria o único recurso humano das pessoas negras, visão que não se extinguiu com a vinda da abolição, mas que foi reformulada conforme o processo histórico, garantindo os privilégios dos brancos.

Robert Young (2005) lembra que ninguém se preocupava muito com as diferenças entre as raças antes de se tornar vantajoso economicamente para o Ocidente lucrar com a escravidão ou defendê-la

contra os abolicionistas. O fato é que, de acordo com o que resgata Gislene Santos (2002), uma série de concepções racistas seriam difundidas em larga escala e, das ciências às artes, os atributos conferidos às pessoas negras levariam a crer na sua inferioridade inata e irremediável.

Para Janaína Damasceno (2008), depois da prática da escravidão, a produção de estereótipos relacionados às pessoas negras ganhou impulso ainda em pelo menos outros dois momentos históricos: na colonização da África, e no Pós-Guerra, quando se inicia a imigração negra para a Europa e para o Norte da América. De qualquer maneira, aos negros foram atribuídas desde incapacidade moral, física e intelectual à sexualidade exacerbada, em máximas que ganhariam o reforço das desvantajosas condições sociais e econômicas, resultado dos séculos de trabalho forçado não remunerado, como fica evidente no Brasil.

Isabel Henriques (2004, p. 299) afirma que o colonizador “impôs uma dominação que desencadeou as mais diversas tensões e conflitos e uma violência permanente, obrigando a construção de mitos, imagens, ideias capazes de justificar as ações e as agressões colonizadoras”. Notamos que essa valoração depreciativa em relação às pessoas negras, que teve início no período colonial, se refere a padrões de poder que não foram desfeitos nem com a superação das teorias científicas racistas e muito menos apenas com a liberação dos escravos, embora tenham se fortalecido com as premissas da ciência e no período escravocrata.

Em sua obra *Inflexión colonial*, Eduardo Restrepo e Axel Rojas (2010) explicam que o colonialismo refere-se aos aparatos de domínio político e militar empregados para garantir a exploração do trabalho e das riquezas das colônias em benefício do colonizador. Apesar de nem sempre pressupor relações racistas, o colonialismo pode ser entendido como a matriz de poder de onde o racismo irá surgir.

Como fenômeno histórico muito mais complexo, a partir do colonialismo despontou o que Ella Shohat e Robert Stam (2006) chamam de eurocentrismo. Para eles, “enquanto o discurso colonialista justifica de forma explícita as práticas colonialistas, o discurso eurocêntrico ‘normaliza’ as relações de hierarquia e poder geradas pelo colonialismo e pelo imperialismo, sem necessariamente falar diretamente sobre tais operações” (SHOHAT; STAM, 2006, p. 21), como indicamos na “Introdução”. O conceito converge para o que Eduardo Restrepo e Axel Rojas (2010), Aníbal Quijano (2007) e Walter D. Mignolo (2003) chamam de colonialidade, que se desdobraria até os dias de hoje e deve ser entendida como um padrão de poder que opera

pela naturalização de hierarquias territoriais, culturais, epistêmicas e raciais, possibilitando a reprodução de relações de dominação.

Assim, a colonialidade é uma matriz de poder que estrutura o sistema-mundo moderno, com o trabalho, as subjetividades, os conhecimentos e os seres humanos sendo hierarquizados (RESTREPO; ROJAS, 2010). Trata-se de um marco de ação que legitima as diferenças entre sociedades, sujeitos e conhecimentos, fundamentando-se, portanto, sobre a categorização de raças. A colonialidade, como configuração propagada a partir do colonialismo, igualmente se refere, então, a relações racistas de poder.

Mas, se as teorias foucaultianas já apontaram que, onde há poder, há resistência, podemos admitir que o questionamento dessas premissas, evidenciando o modo como se constituíram historicamente e os recursos que as mantêm, pode ser um dos meios para se lutar contra elas. Nesse sentido, faz-se necessário compreender como uma suposta convivência pacífica entre povos e raças, no Brasil, foi um dos muros por trás dos quais se esconderam, e se escondem, discriminações.

1.2.2 Branqueamento e democracia racial à brasileira

O brasileiro Raimundo Nina Rodrigues, adepto dos ideais do estudioso italiano Cesare Lombroso, importou para o Brasil referenciais europeus ao propor um escalonamento de raças, das mais degeneradas àquelas superiores. Conferindo às raças o estatuto de realidades estanques, de modo que os grupos humanos não seriam capazes de evoluir igualmente, Nina Rodrigues defendeu que a mistura racial seria sempre sinônimo de degeneração – embora ele mesmo fosse fruto da miscigenação, como bem observou Thomas Skidmore (2012). A noção de diferença racial foi instituída a tal ponto na obra de Rodrigues que ele chegou a recomendar que negros e não-brancos de um modo geral tivessem um código penal diferenciado, por sua tendência à degenerescência. Apesar de ter uma certa influência como pesquisador, a proposição foi ignorada por autoridades da época.

Mesmo assim, em um dos países com mais larga convivência com a escravidão³⁸ e que teria recebido 3,6 milhões de africanos, como supõem Lilia Schwarcz (2012, p. 33) e Edward Telles (2012, p. 20), e onde a multiracialidade já era uma realidade no século 19, com

³⁸ Em *Negras Imagens*, Schwarcz (1996, p. 157) informa que os primeiros escravos desembarcaram no país em 1549 e sua entrada foi frequente até 1850, quando o tráfico de escravos foi abolido, embora não o cativeiro.

descendentes de negros e indígenas inclusive ascendendo socialmente, o que requeria uma maleabilidade de relações em função dos quesitos *status* social e raça³⁹, o radicalismo de Nina Rodrigues nunca pode ser seguido à risca, como pondera ainda Skidmore⁴⁰ (2012). Desse modo, as teorias locais do século 19 caminharam mais no sentido de uma releitura de teorias vindas de fora, considerando a composição, de índios, negros, brancos, da nação que se desenvolvia.

Ainda assim, teses científicas propondo a diferenciação de raças vinham a calhar após a abolição, legitimando as diferenciações sociais e a exclusão pela via das comprovações biológicas. E, casando os modelos evolucionistas, que acreditavam que a humanidade passava por diferentes etapas de desenvolvimento, e do darwinismo social, depreciando a miscigenação, as teorias ajudaram a explicar a diferença racial como marca de superioridade ou inferioridade. Ao mesmo tempo, as discussões passam a sinalizar que, sim, seria possível contornar a miscigenação, desde que se caminhasse para a construção de uma sociedade cada vez mais branca, em uma proposta que fincou raízes no pensamento brasileiro: a ideologia do branqueamento.

À medida que se difundia a ideia de que a descendência dos africanos era fator de impedimento ao progresso da nação, propagava-se essa ideologia como um tipo de “darwinismo social que apostava na seleção natural em prol da ‘purificação étnica’, na vitória do elemento branco sobre o negro com a vantagem adicional de produzir, pelo cruzamento interfacial, um homem ariano plenamente adaptado às condições brasileiras” (CARONE, 2002, p. 16). Ao longo das décadas, essa ideologia ganhou os holofotes nas pesquisas sobre a temática racial e, por uma série de meandros, alcançaria diferentes níveis da sociedade.

Assim, apesar de muitos estudiosos da época se vangloriarem da “promoção da igualdade” no Brasil, supostamente comprovada pela falta de distinções legais baseadas na raça, o impulso ao branqueamento como “prática social” ficaria evidente, inclusive, a partir de políticas como o incentivo à imigração de mão de obra europeia e a proibição à

³⁹ Telles (2012), remetendo a diversos autores, observa que essa ascensão social de pessoas não-brancas no país era possível, inclusive, pelo clientelismo que sempre marcou este território, de modo que, não raro, afilhados ou filhos ilegítimos de brancos conquistavam oportunidades diferenciadas.

⁴⁰ Em sua obra, Thomas Skidmore (2012) traz, em detalhes, alguns dos principais pensamentos raciais brasileiros – de autores homens – entre os anos de 1870 e 1930, evidenciando como se desenvolveram aqui modelos bem particulares no que tange ao quesito racial.

imigração de africanos e asiáticos no século 19 (HOFBAUER, 2006; SKIDMORE, 2012). É possível considerar, então, que o ideal do branqueamento surgiu de uma preocupação das elites brancas com o progresso da raça, que se supunha como fruto desse clareamento, mas também da intenção de se manter como maioria e se garantir como grupo diferenciado.

Como expõe Gislene Santos (2002, p. 81), o raciocínio de uma “amenidade” na escravidão brasileira, distante das crueldades de outros países ou de um preconceito marcado, pretendia dar a ideia de que o estado lastimável da população negra se deveria à sua própria incapacidade, o que, portanto, justificava a imigração de mão de obra europeia. Ao mesmo tempo, como segue retratando a autora, aos imigrantes europeus seriam oferecidas inúmeras vantagens para virem ao país. Aos escravos, por outro lado, só restaria trabalhar para tentar pagar por sua liberdade. Assim, os escravos e seus descendentes saíram do regime escravocrata despreparados para o trabalho livre e para os novos padrões contratuais e tendo de enfrentar a concorrência do imigrante europeu, enquanto este último foi rapidamente integrado na lógica da atividade disciplinada, racionalizada e regulada com contrato de compra e venda da força de trabalho (AZEVEDO, 1987).

O fato é que a ideologia do branqueamento foi consolidada e, mais do que isso, segundo Iray Carone (2002, p. 17), ela foi vista de forma distorcida, atribuindo-se aos negros “o desejo de branquear ou alcançar os privilégios da branquitude por inveja, imitação e falta de identidade étnica positiva”, ou seja, como se fosse um tipo de patologia das pessoas negras. O ideal do branqueamento é mais uma forma de “pressão cultural exercida pela hegemonia branca, sobretudo após a Abolição da Escravatura, para que o negro negasse a si mesmo, no seu corpo e na sua mente, como uma espécie de condição para ‘integrar-se’ (ser aceito e ter mobilidade social) na nova ordem social” (CARONE, 2002, p. 13). Trata-se, então, de uma construção histórica que, de forma contundente, ignora os privilégios concedidos e alia *status* social elevado com cor e/ou raça branca. Essa ideologia vai ser o motor que faz com que ser branco e ocupar esse lugar simbólico de branco não seja, afinal, apenas algo estabelecido pela cor clara da pele mas algo relacionado a posições e lugares sociais ocupadas pelos sujeitos (SCHUCMAN, 2014).

Tendo em vista todo esse processo, chamar a atenção para a cor da pele escura de alguém, especialmente de quem ascendeu socialmente, configurou-se como grande ofensa no século 19. É possível considerar, inclusive, que a autodefinição dos brasileiros e brasileiras em 136

categorias de cores diferentes no censo de 1976 também se referiu, afinal, a uma resistência remanescente em se autodenominar “negro” em alguns contextos – embora indique também a intensa miscigenação, em classificações nem sempre claras quanto à raça⁴¹.

Enfim, Elisa Nascimento (2003) defende que, apesar de auxiliarem na garantia de uma identidade cultural e na indicação de laços entre descendentes africanos no mundo, mesmo os conceitos de afro-descendente e afro-brasileiro, substituindo a nomeação de “negros”, podem contribuir para um distanciamento da população negra no país, esvaziando seu próprio caráter de brasileiros. Ivaldo Lima (2011, p. 130) também alerta que esses dois termos acabam por ser verdadeiras armadilhas que conferem um aspecto de estrangeiros às pessoas negras brasileiras, ou, na melhor das hipóteses, para o autor, sugerem um caráter de cidadãos de segunda classe. Tanto que, como explica ele, em referência aos pensamentos de Kabengele Munanga, branco é branco, sem qualquer outro adjetivo, ou seja, seriam cidadãos plenos na atividade.

Considerando o contexto atual, Sueli Carneiro (2004, on-line) falou em uma “fuga da negritude”, que tem sido a medida da consciência dos negros em relação à rejeição social. Para ela, cada negro claro ou escuro que celebra sua mestiçagem ou suposta morenidade, negando a identidade negra, tem aceitação garantida. Carneiro (2004) complementa que igualmente conquistam aprovação as pessoas que atribuem as desigualdades a um problema de classe, e não raça. Pior ainda, há quem chegue a atribuir as desigualdades a uma possível falta de esforço, em comparação com os brancos – em uma re-atualização dos discriminatórios tratados científicos do século 19.

Percebemos a ideologia do branqueamento, então, como um poderoso mecanismo que, enquanto compartilhado, contribui para fincar

⁴¹ Uma das problemáticas classificações é a categoria “pardo”, que despontou especialmente a partir do Censo de 1998. Segundo Schwarcz (2012, p. 97), o conceito funciona como “nenhuma das alternativas anteriores” e emerge da impossibilidade de um sistema classificatório que cria um novo termo para dar conta do que escapa à classificação. Ainda segundo a autora, os dados do Censo vêm apontando para uma pardização da população brasileira. Nos censos do IBGE, pardos e pretos integram a categoria dos “negros”. Pesquisas como as de Schwarcz (2012) propõem que os dois grupos compartilham um menor acesso à educação, uma taxa de mortalidade mais elevada e uma menor renda, em comparação com os brancos, além de casarem mais tarde e, normalmente, entre si. E, quanto mais escuro o tom da pele, mais incisivas serão as discriminações.

a cor de pele branca no topo da hierarquia. Afinal, essa ideologia acaba não só por dividir aqueles que poderiam se organizar em torno de uma reivindicação comum, como ainda faz com que as pessoas procurem se apresentar no cotidiano como as mais “brancas” possíveis, com subterfúgios à categoria “negro”, induzindo a negociações pessoais e encobrindo o teor discriminatório embutido nessa construção. Mais do que isso, interfere na identidade dos envolvidos de modo que eles mesmos endossem a manutenção de um sistema que valoriza o branco e os coloca em desvantagem.

Vale pontuar que autores da área não têm um consenso sobre a origem da ideologia do branqueamento. De qualquer forma, como se expôs, ela contribui para uma rede de significações que continua a marcar as relações sociais. Esse ideário chega a influenciar até na escolha de parceiros, elegendo-se pessoas de pele mais clara para se ter filhos, como um meio de “clarear a raça”.

Há uma convenção social que sugere que quanto mais próximo da categoria “branco”, mais fácil será ocupar um lugar privilegiado, integrar-se completamente na sociedade e desfrutar de todas as oportunidades oferecidas para o grupo hegemônico. Tendo em vista as regras desse “jogo”, que coloca as pessoas negras sempre em última posição, a escolha por parceiros brancos se tornou uma das vias para se salvar a prole dos processos discriminatórios e para se oferecer melhores condições de vida neste território que eleva ou deprecia indivíduos conforme o tom de pele.

Por esses complexos caminhos, as hierarquias seriam internalizadas e naturalizadas, transcendendo as gerações. Nas palavras de Edward Telles (2012, p. 156), a “ideologia do branqueamento tornou-se o motor para a persistência à miscigenação brasileira”. Ao mesmo tempo, pelas vias do eurocentrismo e da colonialidade, fincou-se o ideal de branquidade nos espaços de privilégio. Como uma cortina a essas discriminações legitimadas, eleva-se uma outra convenção, a conhecida “democracia racial”.

Assim, a perspectiva de um futuro garantido da nação brasileira com o seu progressivo branqueamento veio acompanhada, no século 19, pela ideia de uma convivência harmoniosa entre os povos que permitiria que o Brasil, supostamente, tivesse até benefícios com sua mistura única. Para Hofbauer (2006, p. 195), Joaquim Nabuco foi um dos primeiros intelectuais a lançar mão dessa ideia de boa convivência, ainda naquele século 19.

Nabuco acreditava que as divergências no país se restringiam a questões de classe e, como nem a escravidão teria fundamentado um

ódio entre as raças, bastaria garantir a igualdade nas leis para que se alcançasse a igualdade social, na prática. Pecando ainda por defender um certo melhoramento racial com o gradativo clareamento da população, com seus argumentos, o intelectual pró-abolicionista tencionava reduzir o medo de proprietários de escravos de possíveis reações violentas das populações negras, caso alcançassem a liberdade.

Seguindo a mesma tendência, o contemporâneo de Nabuco, Sílvio Romero também desfiou elogios à mestiçagem, desde que igualmente passando por um processo de “evolução” e progressivo branqueamento. Porém, foi a partir de meados do século 20 que o “mestiço”, produto da miscigenação racial, foi apontado como verdadeiro “ícone nacional”, símbolo da identidade brasileira cruzada no sangue e sincrética na cultura, ou seja, no samba, na capoeira, no candomblé, na comida e no futebol (SCHWARCZ, 2012).

Munindo-se do desejo de manter as colônias africanas remanescentes, no século 20, Portugal contribuiu para a promoção da ideia de um Brasil que teria se tornado “paraíso racial”, propagandeando, como afirma Miguel Almeida (2007), o regime português como um colonialismo humanista, universalista, multicultural e miscigenador. Por essa via “democrática”, os brancos europeus seriam isentos da violência empregada ao longo do processo de colonização e os portugueses seriam apontados como os heróis que tiveram o “fardo” de levar a civilização aos cantos do mundo.

Nesse contexto, emergiu a ideia de “democracia racial”. Antônio Sérgio Guimarães (2002, p. 138) havia atribuído o primeiro uso do termo a Roger Bastide que, em artigo publicado em 1944, no Diário de S. Paulo, teria feito uma possível tradução livre das ideias de Gilberto Freyre – o sociólogo e historiador autor do célebre “Casa Grande e Senzala” (2006), publicado inicialmente em 1933. Já Andreas Hofbauer (2006, p. 257), de forma mais consistente, estima que a expressão tenha sido cunhada antes, pelo antropólogo Arthur Ramos. Em 1941, esse estudioso brasileiro teria participado de um congresso em Chicago, nos Estados Unidos, quando atribuiu o tratamento diferenciado das raças no Brasil à continuação do velho sistema colonizador dos portugueses que supostamente permitia a “mistura cultural”, concordando com o que vinha sendo propagandeado pelo país lusitano e dando as pistas para as tendências a serem adotadas por Freyre. Ramos teria, então, lançado mão do conceito “democracia racial”, em um enaltecimento à experiência brasileira, na comparação com as formas discriminatórias vigentes nos Estados Unidos e na Alemanha.

A partir das décadas de 1930 e 1940, embora sem mencionar de fato em suas principais obras a tal “democracia racial”, é por meio de Freyre que a mestiçagem foi diretamente associada à identidade nacional e a convivência pacífica entre os povos se tornou “prova incontestável de nosso status de povo civilizado” (GUIMARÃES, 2005, p. 26). “A miscigenação que largamente se praticou aqui corrigiu a distância social que de outro modo se teria conservado enorme entre a casa-grande e a mata tropical; entre a casa-grande e a senzala”, disse Freyre (2006, p. 33). É por ele, inclusive, que as pesquisas sobre a questão racial e os afro-brasileiros ganharam de fato visibilidade, emergindo a ideia de cordialidade. A percepção de igualdade, harmonia e paz, sugerida já na geração dos abolicionistas, convergiu para uma ideia de integração da nação brasileira, como explicou Gislene Santos (2002, p. 105).

Para Silviano Santiago (2011, p. 178), essa conhecida cordialidade do brasileiro – de que falava Sérgio Buarque de Holanda – concentra a natureza “ambivalente” da identidade nacional. Segundo Santiago, cordialidade não significaria, então, apenas polidez, embora abarcasse sua possibilidade, mas também a busca pela familiaridade em seu território, o que sugere justamente a intenção de integração.

Desde o fim da escravidão, houve esforços de especialistas e autoridades não só para distanciar o país dos modelos segregacionistas de outros países, como também para apagar aspectos relacionados ao período da escravidão no Brasil, como se ignorar essa lamentável fase fosse contribuir para a igualdade. Angela Costa (1996) conta, por exemplo, que, em 1890, o então ministro e Secretário de Estado dos Negócios da Fazenda e Presidente do Tribunal do Tesouro Nacional, Rui Barbosa, mandou destruir documentos oficiais de registros relacionados à escravidão. Como sabemos, o silenciamento quanto à privação de direitos das pessoas negras por trás de uma pretensa boa convivência só tem contribuído para a protelação de medidas que possam reestabelecer iguais condições a todas as camadas da população no país.

Seja como for, é com Freyre que a mestiçagem apareceu como sinônimo de tolerância, caminho para modelos de sociabilidade e para a formação de uma nação singular, em um apagamento das violências do período escravocrata. Freyre propaga a atenuação às violências e às desigualdades.

Lília Schwarcz (2012, p. 51) pondera que o autor trouxe relatos violentos em sua obra, porém, não deixava de idealizar uma nova civilização e nem de até glamourizar a violência e o sadismo presentes

durante todo o período escravista. Para ele, certa convivência cultural parecia se sobrepor à realidade da desigualdade social, resgatando novamente uma influência direta dos portugueses que, após mais de cinco séculos de contato com os povos árabes, de pele escura, teriam conquistado uma predisposição à mescla cultural ou ainda uma “tolerância racial”, como explicou Edward Telles (2012, p. 27). Oscilando, então, entre abordagens estritamente biológicas, referências a valores civilizatórios e considerações sobre culturas, Freyre admitia o brasileiro como uma espécie de “totalidade orgânica coesa e homogênea”, nos termos de Hofbauer (2006, p. 251).

Por um lado, Freyre pode ter contribuído para chamar a atenção dos pesquisadores para questões relacionadas aos brasileiros descendentes de africanos⁴² ou até para o papel igualitário das diferentes raças na formação da sociedade brasileira, por outro, como expõe ainda Skidmore (2012), a obra daquele autor teve como efeito prático o reforço ao ideal de branqueamento, mostrando que o contato com o africano – ou até, em menor medida, com o indígena – havia proporcionado os valiosos traços culturais da elite, basicamente branca. Ou seja, a obra não deixou de sinalizar a ideia de que, no Brasil, povos indígenas e negros emprestariam diversidade cultural mas, na pele, seria o tom branco que deveria prevalecer.

Enquanto o médico e cientista João Batista Lacerda, em 1912, dava como certo que a miscigenação acabaria por produzir brancos de tal forma que, em 2012, a população brasileira seria composta por “80% brancos”, “3% mestiços”, “17% índios” e nenhum negro sequer (TELLES, 2012, p. 23) – em uma conta que, considerando a realidade, parece ridícula – ainda nas décadas de 1930 e 1940, embora com o racismo científico perdendo força, a elite mantinha fé na

⁴² De acordo com Skidmore (2012, p. 259), antes de Freyre, poucos foram os escritores de notoriedade que se dedicaram à etnografia e à sociologia dos africanos e de seus descendentes brasileiros. As exceções ficara a cargo de Silvio Romero, que chegou a organizar uma coleção do folclore afro-brasileiro para sua história da literatura no Brasil, lançada primeiramente em 1888, e Nina Rodrigues, que até iniciou um projeto de documentação de sobrevivências afro-brasileiras na Bahia, mas morreu em 1906 sem concluir a pesquisa. A ele, seguiram-se ainda João do Rio, e seus estudos sobre costumes religiosos afro-brasileiros no Rio de Janeiro, e Manuel Querino, também investindo em estudos sobre costumes afro-brasileiros. Posteriormente, seria a vez de Edgar Roquette-Pinto, que problematizou a situação desfavorável dos negros do país, embora ainda citasse de forma acrítica posturas racistas de Nina Rodrigues, a que se seguiria o conhecido Freyre, na década de 1930.

“inevitabilidade do branqueamento”, nas palavras de Skidmore (2012, p. 285). E, nessa crença, o país ficaria mais branco por um processo natural, quase miraculoso.

A variante masculina da mestiçagem exaltada ganhou corpo na figura do malandro, que, pelo senso comum, encarnaria a recusa aos trabalhos regulares. A preguiça e a aversão ao trabalho, até então atribuídos aos africanos, no Brasil, vai se ancorar também na figura do mestiço – fruto, especialmente, da mistura de brancos e negros, em uma notável negligência quanto a outras misturas como a cabocla índia, como lembrou Schwarcz (2012) –, que será representante da vagabundagem ou, mais ainda, do “jeitinho brasileiro”.

Mas foi a versão feminina da mestiçagem que incorporou a “fórmula de Brasil” mais explorada e exportada: a “mulata”. Personificação da sensualidade, da alegria, a “mulata” se tornou uma personagem que, como observamos em trabalhos como de Adriana Piscitelli (1996) e Suzana Maia (2011), influenciou na imagem da mulher brasileira no exterior, em ideais que serviriam como pano de fundo, inclusive, de mercados amorosos e sexuais. Nas palavras de Cláudia Cardoso (2014, p. 976-977), “mulata é corpo, apenas, mas não qualquer corpo: o conjunto, que a caracteriza, é formado por seios e bunda grandes e uma habilidade ‘natural’ para mexer sensualmente e eroticamente os quadris em movimentos ritmados, anunciando o convite para o sexo”. Simone Schmidt (2009) já havia destacado que circula livremente no imaginário nacional, para consumo interno e externo, o estereótipo dessa mulher como objeto fácil de desejo.

Vale lembrar, então, Boaventura de Sousa Santos (2003b), para quem a miscigenação não é consequência da ausência de racismo, como diriam lusotropicalistas, mas certamente é a causa de um racismo diferente. É possível dizer, então, que sob esse consenso do “tipicamente brasileiro”, dessa mestiçagem exaltada, refletida nos textos midiáticos, residem relações de exploração e violência. É preciso falar sobre essas convenções e considerar como são apresentados esses corpos de mulher tão “tipicamente” brasileiros das páginas dos magazines.

1.2.3 As falácias da democracia racial

Há pelo menos duas grandes falácias no que se refere à suposta democracia racial no país. Primeiro, é necessário destacar que ela não é fruto de um processo “natural”, mas sim resultado dessa já mencionada violência dos “descobridores” que, no desejo de controlar a terra, faziam-se valer de atozes rituais de masculinidade, entre os quais

estavam os estupros frequentes a mulheres das colônias, fossem negras ou indígenas, como aborda Anne McClintock (2010). A restrição à emigração de mulheres portuguesas para a colônia, caracterizando-se um modelo diferente dos Estados Unidos, por exemplo, que justamente pregava a emigração de famílias, reforçou a associação de mulheres indígenas e negras a práticas sexuais ilegítimas, enquanto as brancas seriam aquelas com quem se deveria casar.

Os estereótipos referentes às mulheres negras se referem a distinções de gênero codificadas pelo racismo que, ao mesmo tempo, abrandam o caráter de violência a que foram submetidas desde a sociedade escravocrata e atenuam as remanescentes discriminações. Assim, há a “mulata”, que representa o “produto exportação” do Brasil, objetificando a mulher negra, e ainda há o estereótipo da “mãe preta” que, simpática, amorosa e inofensiva, não teria oferecido resistência ao poder instituído da escravidão e seguiria, mesmo atualmente, ocupando cargos empregatícios de menor remuneração e reconhecimento, fosse como babá ou empregada doméstica, por exemplo (CARDOSO, 2014, p. 976). Portanto, atualizam-se as vias que negam o poder de agenciamento e a capacidade de ação das mulheres negras.

Enfim, além da constante invisibilização das violências, referendada pelos estereótipos, delimita-se ainda outra falácia no que tange à questão dessa “democracia racial”. Aqueles que não se enquadram nos parâmetros da valorizada branquidade endossam estatísticas desvantajosas quanto à educação, trabalho, lazer, ao mesmo tempo em que são promovidos como símbolos da igualdade brasileira, por representarem a miscigenação.

De todo o modo, como vem sendo colocado, à revelia dessas questões fundamentais, prevaleceu a ideia de relações harmônicas, em um retrato eufórico do país. Muniz Sodré (2000, p. 104) ressalta que as omissões quanto à raça nos recenseamentos, as negações dos intelectuais, da imprensa e do senso comum em relação à existência de uma questão racial, assim como as afirmações de uma cordialidade excepcional entre pessoas brancas e negras, enfim, tudo concorre para reiterar o desejo da elite do branqueamento, ou “amorenamento”, da população e para ocultar a diferença racial como variável significativa no posicionamento social. Com essa “atmosfera psicoafetiva de conciliação”, formou-se, e se mantém, a imagem do brasileiro como democrático, visceralmente pacífico e alegre e que valoriza a sua miscigenação (SODRÉ, 2000, p. 104).

Essa imagem começou a ser colocada em xeque, porém, já na década de 1950, quando a Unesco decidiu olhar mais de perto para as

questões raciais no país, notando que nem tudo eram flores na terra do alegre Zé Carioca. Como explicou Lilia Schwarcz (2012, p. 69), em 1951, a instituição lançou um projeto de pesquisa pois, confiante nas teses de Freyre, pretendia usar o “caso brasileiro” como material de propaganda para “nações menos ‘democráticas’”. No entanto, autores como Florestan Fernandes, Roger Bastide e Costa Pinto denunciaram os preconceitos no território brasileiro.

No mundo, após 1950, como retrata Thomas Skidmore (2012), a independência política da Ásia e da África, juntamente com a revolução dos direitos civis dos Estados Unidos, contribuíram para a perda de prestígio da cultura eurocêntrica que fundamentava as defesas explícitas ao branqueamento nos estudos científicos. Mas, nas relações sociais, a suposta superioridade branca ainda se manteve. Caberia, então, aos trabalhos como de Bastide e Fernandes desmontar o mito da “democracia racial” e evidenciar que, embora as discriminações não fossem pautadas na lei, elas existiam no país e, além disso, eram disfarçadas, o que foi amparado inclusive por levantamentos apontando para desvantagens sociais de não-brancos (HASENBALG; SILVA, 2003).

Como lembra Schwarcz (2012, p. 69), Florestan Fernandes notou ainda o preconceito brasileiro em ter preconceito. Ora, ainda que se admita a discriminação, ela é sempre apontada como se fosse algo isolado e um ato do outro, nunca de si mesmo, a que se deve combater. Assim, embora fossem motivo de orgulho para os brasileiros as diferenças em relação aos Estados Unidos, que derrubaram todas as barreiras legais que impediam a participação de não-brancos na estrutura de poder apenas na segunda metade do século 20, o preconceito brasileiro se manteve e, inclusive, muitos de seus aspectos ainda são compartilhados com as discriminações da terra do Tio Sam.

Em *Americanah*, de Chimamanda Ngozie Adichie (2014), por exemplo, a personagem principal, Ifemelu, uma nigeriana que mora nos Estados Unidos, afirma, ironicamente:

Nos Estados Unidos, o racismo existe, mas os racistas desapareceram. Os racistas permaneceram no passado. Os racistas são os brancos malvados de lábios finos que aparecem nos filmes sobre a era dos direitos civis. Esta é a questão: a maneira como o racismo se manifesta mudou, mas a linguagem, não. Então, se você nunca linchou alguém, não pode ser chamado de racista. Se não

for um monstro sugador de sangue, não pode ser chamado de racista. Alguém tem de poder dizer que racistas não são monstros. São pessoas com famílias que as amam, pessoas normais que pagam impostos. (ADICHIE, 2014, p. 340-341)

No Brasil, parece haver algo similar. Em pesquisa coordenada por Lilia Schwarcz em 1988, publicada na obra *Negras imagens* (1996, p. 154), 97% das pessoas afirmavam não ter preconceito e 98% dos mesmos entrevistados diziam conhecer outras pessoas – parentes próximos, namorados e amigos queridos – que possuíam, sim, preconceito, o que levou a autora afirmar que “todo o brasileiro se sente como uma ilha de democracia racial, cercado de racistas por todos os lados”. Segundo a estudiosa, jogamos para o outro a culpa, como se admitir a discriminação fosse algo mais repreensível do que o próprio ato de discriminar.

Talvez essa resistência em admitir a própria discriminação se deva tanto à preservação da ideia de convivência pacífica no território brasileiro, como justamente pela intimidação causada pela palavra “racismo”. Afinal, como explica Antônio Guimarães (2008), até pouco tempo depois da Segunda Guerra, racismo era entendido como preconceito escancarado, segregações e genocídios justificados por doutrinas raciais. Apenas recentemente, com a grande imigração de trabalhadores das colônias e ex-colônias para a reconstrução da Europa e com a luta dos negros norte-americanos por direitos civis, o termo adquire o sentido de formas refinadas de traçar desigualdades no convívio entre diferentes grupos étnicos. Ou seja, práticas que, reproduzidas também por cidadãos comuns, acabam por subjugar um grupo.

Além disso, o “racismo brasileiro” é sempre justificado como “brando”, por se distanciar da forma estadunidense *one drop rule*⁴³, por não ser apoiado nas tais leis discriminatórias ou ainda pelo seu caráter de “camaleão”. Ou seja, no território brasileiro, a tendência é a pessoa “embranquecer” conforme o cargo que ocupa, o seu grau de instrução, a sua classe social. Oracy Nogueira (1985) fez referencia a esses

⁴³ Por essa regra, bastaria ter uma gota de sangue de ascendência africana em oito gerações para que a pessoa se tornasse imediatamente negra. Nesse caso, não importaria a aparência da pessoa ou seu *status*. A regra previa, então, evitar o contato entre as raças, considerado fonte de perigo e degenerescência, caracterizando-se um sistema racial segregacionista (NOGUEIRA, 1985).

mecanismos, falando de um preconceito de marca, em que vale mais o *status* social.

De fato, em determinados contextos no país, quanto mais rica uma pessoa é, maior a chance de “se tornar branca”, importando menos a sua origem. Por outro lado, como se sabe, quanto mais escuro o tom de pele, mais difícil fica para se conquistar desde os direitos básicos – quanto mais os melhores postos de trabalho. Esse processo de “se tornar branco”, portanto, está longe de ser igualitário. Ao mesmo tempo, com o silenciamento sobre as problemáticas raciais, no senso comum, é como se todos pudessem ter acesso às mesmas oportunidades, consolidando-se os ideais de meritocracia.

Portanto, se o âmbito acadêmico concentrou debates sobre a temática racial ao longo da segunda metade do século 20, como ressaltaram autores como Hofbauer (2006) e Schwarcz (2012), remetendo a diversas pesquisas, fora dele, na arena das relações sociais, muitos privilégios dos brancos se cristalizaram, em máximas que os colocaram como referenciais de sucesso, enquanto, no setor político, foram poucas as iniciativas que visaram a combater a discriminação racial no Brasil.

Entre as primeiras ações políticas nesse sentido esteve a Lei Afonso Arinos, de 1951, que previa a punição ao preconceito, o que acabava por formalizar sua existência. A lei, que se tornou ineficiente por sua falta de cláusulas e punições, foi seguida por uma outra de 1989, considerando racismo um crime inafiançável. Na prática, essa última legislação também teve pouco impacto, pois previa punição apenas a atitudes preconceituosas tomadas em público. Além de suas óbvias dificuldades de flagrante, a lei acabou por excluir a maior parte das discriminações no país, que ocorrem no *hall* da intimidade.

A partir da década de 1990, porém, as políticas afirmativas, com ações como a garantia de cotas nas universidades e concessões de bolsas de estudo, reconheceram desigualdades históricas e impulsionaram discussões sobre a questão racial. Para Edward Telles (2012), foi um momento dramático na história brasileira, com o reconhecimento do racismo não só pelo governo como pela sociedade em geral. O fato é que esses processos lançaram luz, inclusive, sobre o próprio emprego da palavra “raça”, como se verá.

1.2.4 Os porquês do uso de “raça”

A Unesco colocou os holofotes na temática racial, ao lançar, naquela década de 1950, além do mencionado projeto com Bastide e

Fernandes, um documento em que afirmou que todos os seres humanos são da mesma espécie e em que propôs a substituição de “raça” por “grupo étnico”. Documentos seguintes da renomada organização seguiram na polêmica, que se mantém até a atualidade.

Andreas Hofbauer (2006, p. 417) alerta que “o fato de se declarar que ‘raça’ é uma construção social não purifica o conceito nem resolve o problema de conceituação”. Para ele, é preciso lembrar que nunca houve um consenso quanto à definição do termo, “nem hoje nem em épocas em que ‘raça’ tinha ainda a aura de um ‘conceito científico objetivo’”. Como complementa Edward Telles (2012), no Brasil, raça é um conceito ambíguo, pois existem vários sistemas de classificação, ou seja, são várias delimitações situadas entre branco e preto, influenciadas ainda por classe social, gênero e mesmo *status* social e especificidades regionais. Porém, sabemos que raça ainda é um claro marcador social de diferença, notadamente no Brasil, ao lado dessas outras denominações como gênero e classe. O fato de essas categorias, que contribuem para a construção de hierarquias e influenciam nas relações sociais, concentrarem uma série de controvérsias quanto a seu uso e conceituações não inviabiliza discussões, pelo contrário, as reforça como alvos de debates.

Assim, Lilia Schwarcz (2012, p. 34), vê raça como

uma construção local, histórica e cultural, que tanto pertence à ordem das representações sociais – assim como o são fantasias, mitos e ideologias – como exerce influência real no mundo, por meio da produção e reprodução de identidades coletivas e de hierarquias sociais politicamente poderosas.

Essa categoria classificatória, então, para a autora, está por toda a parte, “das piadas que inundam o cotidiano, nas expressões do dia a dia, na propaganda de turismo e na discriminação no mundo do trabalho, na esfera social e da intimidade” (SCHWARCZ, 2012, p. 109). No país com a conhecida mistura racial, e diferentes combinações de traços físicos, como complementou a mencionada autora, raça confunde-se com cor e torna-se uma verdadeira “etiqueta” que, embora silenciosa, determinará toda uma “regra implícita de convivência”.

Por meio de seus levantamentos estatísticos, Carlos Hasenbalg e Nelson Silva (2003) demonstraram como jovens brancos são privilegiados ao longo das transições escolares, em um processo de seletividade perverso que extrapola o ensino brasileiro, alcançando os

níveis do mercado de trabalho e de outras esferas da vida. Por isso, para os autores, raça permanece como um fator determinante das desigualdades sociais no Brasil e não deixa de ter, inclusive, um impacto quanto às classes sociais. Na verdade, Antônio Guimarães (2002, p. 50) acredita que raça é a única categoria capaz de revelar que “as discriminações e desigualdades que a noção brasileira de ‘cor’ enseja são efetivamente raciais e não apenas de ‘classe’”. Às pessoas brancas, são conferidas vantagens em vários setores, enquanto as negras vivenciam uma desigualdade que, como afirma ainda Edward Telles (2012), faz com que sejam admitidas como inferiores e sem habilidade de participar efetivamente da vida social, inclusive no acesso ao trabalho, educação, saúde e habitação ou mesmo para exercer seus direitos civis e políticos.

As pessoas brancas vêm sendo repetidamente apontadas como referenciais em modelos de vida, de beleza, a tal ponto que sequer pressuporiam raça, consolidando-se o ideal de branquidade. A pele branca isenta-se de julgamentos e raça é “sempre o outro”, diz Muniz Sodré (2000, p. 196).

De acordo com Iray Carone (2002, p. 23), enquanto uma pessoa branca tem o direito de ser a própria individualidade, à pessoa negra isso é vetado, à medida que “um negro sempre representa uma raça e o grupo”; raça e cor “são ele mesmo”. Dessa forma, o termo “raça” parece estar diretamente ligado à caracterização “negra” e a atributos, muitas vezes negativos, que historicamente e coletivamente ela carrega. Nesse sentido, a palavra pode acabar por salientar diferenciações que vêm colocando as pessoas negras em uma posição inferior, ou até como título que justificaria suas desvantagens, como se fosse um atributo que apenas esse grupo tivesse.

Por outro lado, lançar mão do termo “raça” em uma postura política pode ser uma estratégia para se discutir a situação de ser negro e branco na sociedade, para se subverterem antigas associações, tendo em vista ainda toda a heterogeneidade que esta categoria, como tantas outras, pressupõe. O termo se torna um levante para as discussões, que são fundamentais, à medida que, segundo Kia Lilly Caldwell (2000, p. 5), é justamente a ausência de discussão pública sobre raça e racismo que resultou no apagamento discursivo das realidades de dominação racial. Falar de raça é questionar essas posições relegadas a quem é negro mas deve ser também falar de quem é branco, das condições que vêm garantindo seus privilégios.

Portanto, embora, para muitos, o emprego do termo possa ser incômodo por carregar consigo um passado de violências e exclusões,

defendemos, aqui, a utilização da expressão que, longe da crença no determinismo biológico, pode servir como um recurso para problematizações mais abrangentes.

De qualquer modo, considerando justamente que não há um critério científico sequer que corresponda ao que se chama comumente de raça, Antônio Guimarães (2002, p. 50) questiona: “quando, no mundo social [e não só no científico], podemos, também, dispensar o conceito de raça?”. Ele mesmo responde que isso será possível no momento em que não existirem grupos que se identifiquem com marcadores derivados da ideia de raça; quando as desigualdades e hierarquias sociais não corresponderem a esses marcadores ou quando tais identidades apontarem para a afirmação social dos grupos oprimidos (GUIMARÃES, 2002).

Por enquanto, “raça” existe, ao menos no mundo social. Mas pode servir, inclusive, para a valorização da história das pessoas negras, pela emergência da etnicidade negra. Essa etnicidade, como colocou Miguel Almeida (2007, p. 35) envolve a definição de uma herança cultural específica, o engendrar de uma narrativa fundacional, incluindo o lugar de origem, a comunidade de experiência e a construção histórica de valores específicos, a criação de laços transnacionais com base numa africanidade ou negritude globais.

A afirmação de uma negritude, como instrumento para garantir a todos os mesmos direitos de desenvolvimento, como defendeu Kabengele Munanga (1988), já vem contribuindo, por exemplo, desde a década de 1980, para a expansão de grupos, movimentos e espaços de discussão sobre a cultura afro, assim como para a propagação de aspectos estéticos que remetem à África, sendo os salões brasileiros de cabeleireiros especializados em cabelos afro retratados por Nilma Gomes (2008) um exemplo disso.

De qualquer maneira, as formas de discriminação ainda operam com força e “não somente em decorrência de um pertencimento étnico expresso na vida, nos costumes, nas tradições e na história desse grupo, mas pela conjugação desse pertencimento com a presença de sinais diacríticos, inscritos no corpo” (GOMES, 2008, p. 31). Vale destacar ainda que Peter Wade (1993) já havia alertado que, embora a maior parte dos estudiosos da área apontem para a concepção de raça como uma construção social, há o perigo de, por vezes, se incorrer no erro de supor características físicas, seja em relação ao cabelo ou à cor, como algo neutro. As variações fenotípicas, diz ele, não são garantidas e nem óbvio objeto biológico mas sim igualmente elaboradas socialmente.

Em uma breve digressão, é necessário pontuar que Eduardo Restrepo e Axel Rojas (2010) já apresentaram as limitações teóricas de Aníbal Quijano quando este apontou que a relação sexo-gênero se diferiria de cor-raça, à medida que o sexo pressuporia uma diferenciação biológica, que encontraria expressão intersubjetiva no gênero, enquanto cor não teria nenhuma significação biológica, de modo que sua relação com raça seria tortuosa. No entanto, admitir o sexo como realidade biológica pré-discursiva e anterior à história é questionável. Como diria Anne Fausto-Sterling (2002), a sexualidade é um fator somático criado por um efeito cultural. Mas, além disso, o próprio conhecimento científico ou mesmo o olhar das pessoas não está livre dos contextos sociais e de histórias específicas, carregando essas marcas. Como questiona a autora Fausto-Sterling (2002), se as mulheres em todas as partes do mundo estivessem subordinadas, isso não acabaria por significar que sua posição secundária seria biologicamente determinada?

Assim, igualmente não se percebem “naturalmente” as diferenças de cor de pele ou dos tipos de cabelo. Essas variações físicas não são atemporais, mas surgem por meio de um sistema que as destacou e classificou especialmente no período colonial e que se reorganiza até hoje. Porém, quanto menos essas diferenciações fenotípicas e as valorações sobre elas são vistas como culturalmente construídas, mais a raça é reproduzida como uma categoria que, apesar de toda a construção social, é baseada em significantes fixos, consolidando-se processos de desigualdade. Resumindo, como afirma Wade (1993), no processo de combater as discriminações, é preciso desestabilizar os significados admitidos como fixos sobre os quais elas se fundamentam nos discursos, inclusive midiáticos, a que se somam tentativas de discussão sobre os contextos nos quais tais conceitos são levantados.

Portanto, o uso do termo “raça” de forma política se trata de um movimento contrário àquele que colocou as pessoas negras na condição de subalternidade, visando a contribuir para valorização da história do grupo, mas também para a desestabilização de discriminações individuais e hierarquias sociais, com toda a carga cultural e social que as envolve.

É inegável que, ao privilegiar corpos brancos em relação aos negros, os meios de comunicação têm influência no que tange a essas questões. Assim, ainda seguindo o que propõe Nilma Gomes (2008), mesmo quando se nasce em uma família dedicada à valorização da cultura negra, o aprendizado é confrontado socialmente pelo modo como lideranças negras expressam negritude por seu corpo ou pela imagem das pessoas negras na mídia. Ora, ao mesmo tempo em que a cantora

norte-americana Beyoncé atinge milhões de fãs ao redor do mundo, o seu corpo por vezes apresentou marcas de uma negritude camuflada, como pelo cabelo frequentemente alisado e clareado. Tanto que a protagonista da obra *Americanah*, de Chimamanda Adichie (2014), chegou a questionar como seriam, afinal, os fios que nascem naturalmente dos cabelos dessa diva. Apenas após as músicas mais recentes, a partir de 2016, explicitarem questões raciais, em produções que também evidenciaram seu cabelo afro trançado, é que Beyoncé passou a ser destacada como, de fato, uma mulher negra.

Enfim, no Brasil, à revelia dos levantamentos do IBGE que apontam para a diversidade da população, dividida entre brancos, amarelos, negros e vermelhos, os meios de comunicação parecem reproduzir com muito mais frequência os parâmetros de branquidade.

Conforme o que é exposto no documentário *Mulheres brasileiras: do ícone midiático à realidade* (2014), isso se deve pela própria concentração dos principais meios de comunicação, controlados por apenas seis famílias⁴⁴ – entre elas a Civita, da revista *Claudia*. No caso, famílias da elite e majoritariamente brancas, ou seja, integrantes da categoria hegemônica, beneficiárias das valorações vigentes. Mas se deve também, como ainda ressalta o documentário, pelos interesses de lucro; afinal, fica mais garantido, do ponto de vista mercadológico, operar com os padrões que já estejam institucionalizados. Isso não, significa, no entanto, que esses padrões estejam imunes social e historicamente e nem que se mantenham inabalados diante de crítica. Na verdade, justamente só são possíveis em determinada configuração de sociedade; uma configuração que merece ser constantemente analisada, questionada, vista, revista.

1.3 AS REVISTAS “FEMININAS”

Tanto *Claudia* como *TPM* podem se enquadrar no *hall* de revistas femininas, considerando seu público-alvo e abordagem. Afinal, enquanto as revistas feministas ficaram conhecidas por questionar a condição da mulher na sociedade brasileira, reivindicando sua maior participação, as revistas femininas comerciais se consolidaram naturalizando o que é “ser mulher” e o que é o “feminino”. Para

⁴⁴ As famílias que detêm os principais meios de comunicação no Brasil são, segundo o documentário de 2014: Abravanel, da emissora de televisão *SBT*; Civita, da Editora Abril; Saad, da Rede Bandeirantes; Frias, do jornal *Folha de S. Paulo*; Marinho, das Organizações Globo e Sirotsky, da Rede Brasil Sul.

Constância Lima Duarte (2016, p. 14), a imprensa dirigida e pensada para as mulheres, portanto, a feminina, e a imprensa feminista, que se distingue por protestar contra a opressão e a discriminação e exigir a ampliação de direitos civis e políticos, emergiram a partir do século 19 e tiveram, as duas, atuação decisiva na “formação intelectual da mulher e na construção cultural e discursiva de sua identidade⁴⁵” (DUARTE, 2016, p. 14).

Seja como for, Giovanna Aveiro (2015), em referência às colocações da pesquisadora Carla Bassanezi, lembra que, na década de 1960, apesar de levantar temas em prol da emancipação feminina – com o incentivo à participação no mercado de trabalho, por exemplo –, *Claudia* justamente tentou se distanciar da alcunha de “feminista” por se tratar de uma nomenclatura polêmica à época, afinal, “no senso comum, as feministas eram associadas à imagem de mulheres feias, masculinizadas, mal-amadas e lésbicas” (AVEIRO, 2015, p. 40-41).

Recentemente, Ana Beatriz da Silva (2017), seguindo a proposição de outras estudiosas, falou em uma “reemergência” das manifestações feministas, que teria ocorrido especialmente após 2011, com o primeiro protesto da Marcha das Vadias no Canadá. Para ela, a iniciativa se espalhou por diversas cidades do mundo ocidental, marcando o que seria uma “nova onda” do movimento feminista contemporâneo. No Brasil, a onda foi consolidada, ainda para Silva (2017), por campanhas de protesto nas redes sociais, como as campanhas contra o assédio sexual nas ruas⁴⁶.

⁴⁵ Constância Duarte (2016, p. 14) pontua que “a literatura, a imprensa e a consciência feminista surgiram praticamente ao mesmo tempo no Brasil, nas primeiras décadas do século 19”. Em sua obra, a autora elenca 143 revistas e jornais voltados para as mulheres que circularam no Brasil ao longo do século 19.

⁴⁶ Como resgata Silva (2017), o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) revelou, em 2014, que cerca de 58% dos seus entrevistados acreditavam que, se as mulheres soubessem se comportar e se vestir “adequadamente”, haveria menos estupros. A divulgação dos dados – que foram corrigidos posteriormente para 26% – gerou uma onda de protestos sob o mote “Eu não mereço ser estuprada”. No mesmo ano, a ONG *Think Olga* lançou a campanha “Chega de fiu-fiu” contra o assédio nas ruas, a que vêm se seguindo outras campanhas no âmbito da internet, convocando as mulheres a denunciar violências sofridas e contar suas experiências.

No entanto, seguindo as proposições de autoras como Mary Hawkesworth⁴⁷ (2006), acreditamos que o ativismo feminista seguiu crescendo mesmo nos momentos em que houve esforços da mídia tradicional para decretar sua “morte prematura”. Portanto, talvez seja possível falar mais em uma reapropriação da bandeira feminista nos discursos hegemônicos e em uma generalização das proposições por mais igualdade de direitos do que em uma “reemergência” do movimento em si. Assim, uma aproximação com a causa feminista se torna bem-vinda tanto para *Claudia* como para sua concorrente *TPM* como uma estratégia para angariar as vendas e, mais do que isso, como um recurso para destacar essas marcas como atentas às discussões em voga.

Desse modo, se, neste século 21, juntamente com os temas convencionalmente associados às mulheres, como moda e cuidados com o corpo, temáticas como o aborto passarão pelas páginas da revista da Editora Abril, *TPM* constantemente vai acionar assuntos da pauta feminista na reiteração de seu enfoque inovador, apesar de também não usar a nomenclatura de “feminista” para se autodefinir. Vale olhar, então, em mais detalhes, o que vem sendo trazido pelos dois magazines impressos, como produtos culturais, quais foram suas trajetórias, e em que medida vêm absorvendo as reivindicações sociais. Mas analisaremos também *AzMina*, como uma revista on-line que emerge a partir das manifestações mais recentes em prol do empoderamento feminino e que vai se intitular, abertamente, como feminista, embora igualmente abarque a titulação de “revista feminina”, por sua estruturação e pelas temáticas propostas.

1.3.1 A revista *Claudia*

A quase sexagenária *Claudia* carrega consigo o rótulo de precursora, sem nunca perder o seu “quê” de tradicional. Ao longo de 56

⁴⁷ A autora destaca que o feminismo deve ser entendido como algo dinâmico, mudando com “as condições mutantes da opressão das mulheres”, portanto, é preciso lembrar que não há um feminismo que se mantém estático (HAWKESWORTH, 2006, p. 751). Para ela, no entanto, o “enterro” do feminismo, evidenciado em matérias de revistas norte-americanas desde a década de 1970, deve ser associado a um esforço de minar os clamores feministas por justiça social, distanciando o movimento ao máximo da sociedade. No Brasil, também houve matérias que destacaram essa “morte” do movimento, como a conhecida reportagem “O que sobrou do feminismo”, da revista *Veja*, de 2006.

anos, inovou ao trazer os estúdios próprios de culinária, moda e decoração, revolucionou ao trazer figuras como da colunista Carmen da Silva e, mais do que isso, renovou-se constantemente. A “revista amiga”, como sinalizava seu primeiro *slogan*, soube acompanhar assuntos em voga, fosse da nova vida da mulher após o divórcio ou de sua maior participação no mercado de trabalho, sem deixar de garantir a abordagem de temas que seriam típicos de um suposto “universo feminino”, com técnicas de beleza e dicas de como cuidar dos filhos.

Figura 3 - Capa da primeira edição de *Claudia*.



Fonte: CLAUDIA, out., 1961.

Em um tom que tranquilizaria as leitoras mais conservadoras e não ignoraria as mais liberais, a conhecida “filha de papel⁴⁸” de Victor Civita manteve a juventude mais do que qualquer primogênita de carne e osso, beirando a segunda década do século 21 como a líder do setor (ANER, 2013-2014) e como a revista feminina brasileira mais antiga em circulação, mantendo seus enfoques iniciais.

Uma pesquisa do Instituto Verificador de Comunicação (IVC, 2011), que avaliou os perfis das revistas no Brasil, reforçou como o mercado é dinâmico, com muita experimentação e investimentos por parte dos editores. Dos 185 títulos de revistas presentes no ano 2000, por exemplo, apenas 85 ainda circulavam em 2011, o que só destaca a

⁴⁸ A personificação da revista fica evidenciada não somente em seus textos, como na maneira com que os próprios editores referem-se ao magazine. Assim, em carta de edição comemorativa de *Claudia*, Roberto Civita (2011, p. 8), então presidente do Conselho de Administração da Abril e editor, conta que a revista “nasceu” com uma deliciosa capa desenhada e ao som de uma música que Juca Chaves havia composto para o lançamento e que dizia: “quando amanhece, Claudia desce e sai à rua. Ai, meu Deus, se ela soubesse que minha alma sai com a sua”.

façanha de *Claudia*, que vem sobrevivendo às oscilações do setor, embora também venha sentindo uma queda em seu número de exemplares mensais, mais recentemente⁴⁹.

A revista chegou a abarcar outros títulos secundários – vendidos separadamente –, como as extintas *Claudia Moda* (1972) e *Claudia Noivas* (2011), ou ainda as que seguiriam no século 21, *Casa Claudia*⁵⁰ (1975) e *Claudia Filhos*⁵¹ (2003). Há também a *Claudia Comida e Bebida*, inicialmente *Claudia Cozinha*⁵² (1967), que atualmente sobrevive como encarte da revista. É preciso pontuar, inclusive, o papel crescente de canais como do site *Claudia* e da página da revista nas redes sociais, aumentando o constante diálogo com as leitoras.

Como disse Roberto Civita (2011, p. 8) naquela edição comemorativa de 50 anos da revista, “graças à maneira de tratar todos os assuntos do universo feminino de forma adulta e atraente, à sensibilidade da redação e à supervisão dos meus pais, a nova revista foi um sucesso desde o primeiro número”. Certamente o veículo de 1961 não teria conseguido se garantir nas bancas se, além do apoio publicitário, não respondesse ao tempo histórico em que esteve e está inserido e se não respondesse às reações de seu público.

⁴⁹ O mercado editorial brasileiro vem registrando uma intensa queda nas vendas, em decorrência da crise econômica no país e da proposição dos novos veículos no meio digital, como tratam Chris Anderson e Emily Shirky (2013). *Claudia* não tem passado totalmente imune à crise, de modo que o levantamento da Aner (2013-2014) vinha sinalizando uma redução na circulação, passando de 443 mil exemplares mensais em 2010 para 382 mil, em 2013. No entanto, a revista segue com um amplo alcance de público.

⁵⁰ O sucesso de *Casa Claudia*, voltada para a temática de decoração, comprova-se também pela aceitação de *Casa Claudia Luxo*, publicação com periodicidade quadrimestral que passou a circular em setembro de 2009 em uma versão sofisticada, prezando pela exclusividade e visa a um público de classe social elevada.

⁵¹ O encarte bimestral surgiu em 2014 como uma evolução da revista *Claudia Bebê*, lançada em 2003, e traz informações desde a gravidez até sobre crianças de até 8 anos de idade. Entre as temáticas estão saúde, nutrição e educação dos filhos.

⁵² *Claudia Cozinha* teve circulação variável, entre mensal e bimestral. Revelando um refinamento nas suas receitas, em uma tentativa de estender o público também aos *gourmets*, virou uma revista independente em 2000 (AMARAL, 2006). Nos últimos anos, uma reformulação transformou *Claudia Cozinha* em encarte gratuito acompanhando *Claudia*, sob o título de *Claudia Comida e Bebida* que, em seguida, seria acrescentado ao corpo da revista.

Nesse sentido, não deixa de ser uma manifestação cultural, evidenciando, nas diversas épocas, ações ou noções que são, ou deveriam ser, segundo suas proposições, referentes à vida cotidiana e, especialmente, à vida das mulheres. E Roberto Civita (2011, p. 8) prometeu, em 2011: “continuar pelo mesmo caminho, nos atualizando sempre, mas nunca esquecendo que nosso objetivo é ajudar cada uma das nossas leitoras a viver melhor e se realizar plenamente em todos os sentidos”. Afinal, “que sentidos” seriam esses em que a leitora deveria se realizar? E o que seria essa “realização plena”?

Para entender *Claudia* e o que vem apresentando hoje, é preciso lançar, ainda que de maneira breve, o olhar para décadas anteriores do veículo. Sabemos que os discursos da revista são resultado de um processo e não são homogêneos, mas requerem uma certa linearidade. Afinal, grandes rupturas poderiam comprometer a aceitação do público ou mesmo a identidade do veículo. Observar o que *Claudia* veio apresentando é debater também quais são as funções e condutas que o veículo atribui às mulheres, como seu público.

Admitimos que estratégias como a constante individualização de dicas e sugestões de *Claudia*, com recomendações “especialmente para você, leitora”, podem ter contribuído, até certo nível, para a reprodução de determinados comportamentos conformistas – mantendo como obrigação das mulheres o cuidado dos filhos, por exemplo –, ao mesmo tempo em que toda uma massa de leitoras é reduzida às mesmas preferências. Ao serem únicas, todas as leitoras seriam iguais e todas precisariam daquele apoio de *Claudia*.

De qualquer forma, podemos dizer que as leitoras de *Claudia*, assim como das revistas de um modo geral, participaram e participam do que é trazido nas páginas, seja por meio das correspondências, pela relação das colaboradoras com seu público ou mesmo pelo consumo ou pela recusa de compra ou leitura de determinadas edições, influenciando o que seria colocado nas páginas e consolidando o sucesso da publicação. Como Dulcina Borges (1998, p. 33) bem colocou, em sua dissertação, analisando as revistas *Claudia* e *Nova* entre as décadas de 1970 e 1990, não se trata de imposições por parte das publicações, mas “de generalização de padrões estéticos e culturais, de vida, de sensibilidade, e de valores dentro do próprio processo de circulação social, de produção e veiculação de subjetividades num contexto histórico e cultural específico”.

Desse modo, enquanto com frequência serve de catalisador de proposições mais tradicionais, em outros momentos, a revista pode atuar na propulsão de determinados ideais libertários. Não é, então, um

processo estanque e nem de uma relação unilateral. Enfim, assim como o produto atual, a trajetória da revista mais antiga do país concentra uma série de complexidades, o que merece ser lembrado, tendo em vista ainda os rastros de pesquisas já realizadas.

1.3.2 A *Claudia* de ontem e de hoje

Retrocedendo à época de surgimento de *Claudia*, Alice Koshiyama (2014) apontou que a revista começou a circular em uma fase em que, na sociedade, as mulheres dependiam dos homens da família, fossem eles pais, irmãos ou maridos. Entre as tarefas femininas principais estavam a conquista e a dedicação ao matrimônio, contrato até então indissolúvel. A mulher, que tinha o *status* jurídico de ser “incapaz”, como dispunha a Constituição de 1946, e que era uma “colaboradora” do lar, poderia encontrar nas páginas do veículo um breve refúgio, aprendendo receitas, dicas de etiqueta, tendências de roupas para a estação e etc.

Do lado da Editora Abril, como explicou Maria Celeste Mira (2001), o apoio financeiro para o lançamento e manutenção do título naqueles anos iniciais de circulação era garantido com os direitos de reprodução dos quadrinhos *Disney*. Isso permitia à revista investir, com certa autonomia, em um público até então com pouca participação na sociedade, apostando em produções próprias de moda e culinária. A ideia era que os anunciantes despertassem para o potencial consumidor desse nicho de leitoras.

Como afirmou Maria Lygia Moraes (1981), as revistas femininas brasileiras, até então, dedicavam-se maciçamente a fotonovelas ou a comentários de filmes, o que conferiu à *Claudia* um ineditismo no país na abordagem das temáticas que acabaram por se tornar tão comuns nas bancas brasileiras. Nesse sentido, podemos considerar que a publicação de Civita concedeu, dentro de alguns limites, mais protagonismo às leitoras, ampliando seus possíveis assuntos de interesse e reiterando a importância da mulher, ainda que no âmbito doméstico.

Além disso, a revista exaltou a modernidade como um de seus fundamentos, já carregando a euforia do progresso, com a urbanização e a industrialização que foram tão valorizados durante o regime militar, juntamente com o nacionalismo (KOSHIYAMA, 2014). *Claudia* seria feita para as brasileiras e seria parte da família Civita, como anunciou Roberto Civita (2011), naquela edição comemorativa de 50 anos, e como havia destacado seu pai, o estadunidense filho de italianos e

fundador do Grupo Abril, Victor Civita, 30 anos antes, no exemplar comemorativo dos 20 anos:

Eu já tinha dois filhos, Roberto e Richard [...]. A ideia era de acrescentar uma menina, cujo nome, já escolhido, teria sido *Claudia*. Mas os planos mudaram, e *Claudia* tornou-se uma filha... impressa, que adquiriu vida própria. [...] Lembro o dia, em 1961, em que o primeiro número da revista chegou completo, pronto encadernado às minhas mãos. É inútil dizer que foi uma grata emoção e que, como todo pai, olhava para a menina recém-chegada com admiração e carinho desmesurados. Obviamente não reparei (porque não queria) que *Claudia* não era tão bonita quanto as outras meninas (revistas) que, já com maior experiência e idade, circulavam pelo mundo afora! Mas *era minha, era nossa*, e a emoção quase alcançou a comoção. (CLAUDIA, out. 1981 apud COSTA, 2009, p. 55 [*grifos meus*])

Notamos que a personificação da revista, reforçada também pelo nome de mulher, e a linguagem coloquial marcaram desde o primeiro editorial da publicação:

Claudia foi criada para servi-la. Foi criada para ajudá-la a enfrentar realisticamente os problemas de todos os dias. *Claudia* lhe apresentará mensalmente ideias para a decoração de seu lar, receitas para deliciar a sua família, sugestões para mantê-la sempre elegante e atraente. Mas o importante é a forma como isto será feito. Antes de mais nada, *Claudia* deverá ser útil para você. Deverá tornar-se sua amiga íntima. E estará sempre às suas ordens para lhe proporcionar tôdas [sic] as informações e novidades que você espera há tanto tempo, numa só revista, simpática, completa e moderna. Seja bemvinda [sic], pois, às páginas de *Claudia*. Temos certeza de que ela será sua companheira fiel nos anos vindouros. (CLAUDIA, 1961, p. 3)

A tônica de proximidade com as leitoras perpassou as décadas, de modo que o veículo garantiu a reiteração de diálogo com um forte

instrumento: o Prêmio *Claudia*. Criado em 1996, a premiação divulga e valoriza as ações de mulheres empreendedoras, geralmente longe da grande mídia, de diversas áreas. Em 2009, foi criado o Prêmio *Claudia* “Hors-Concours” para homenagear mulheres que se destacam pela sua história de vida e pelo conjunto da obra. Entre as contempladas pelo prêmio estiveram a escritora Lygia Fagundes Telles, a apresentadora Hebe Camargo e a ex-presidente Dilma Rousseff. De grandes ídolos a pessoas desconhecidas, a premiação transmite a ideia de que todas as heroínas se veem em *Claudia*.

Tais proposições ficariam claras, por exemplo, em editorial da revista assinado pela diretora de redação Paula Mageste (2012, p. 10):

Nunca [nós, mulheres] tivemos tanto poder, público e privado. Em cinco décadas, *Claudia* não apenas acompanhou como colaborou para que essas mudanças ocorressem. Agora, está conosco nesta nova etapa, nos ajudando a entender o que essa revolução nos trouxe: novos problemas, novos dilemas, novas possibilidades.

Ao mesmo tempo em que procurou promover identificação com as leitoras, o que facilitaria sua aceitação, na busca pela maior quantidade possível de leitoras, *Claudia* não deixou de recorrer a modelos mais conformistas e normativos de mulher, propondo com frequência, nas décadas de 1960, 1970, a esposa recatada e mãe.

A revista que se fundamentou sobre um caráter de aconselhamento não podia deixar de dar destaque a artigos e colunas, que tinham como regra máxima conscientizar e delimitar uma “etiqueta” a ser seguida. Assim, se matérias sempre sugeriram um determinado padrão de ser, as recomendações ficaram ainda mais escrachadas, minuciosas e até imperativas nas seções de colunistas e articulistas.

De qualquer forma, não se pode perder de vista que esse conjunto de textos nem sempre foi coerente com o restante da edição. Enquanto “Dona Letícia”, que assinava inicialmente a coluna “A arte de ser mulher”, acompanhava os direcionamentos de *Claudia*, sugerindo, por exemplo, que as mulheres tolerassem as infidelidades do marido (SANTOS, 1986, p. 93), com Carmen da Silva, que assume a referida coluna de 1963 até a sua morte, em 1985, o caráter de ruptura em relação aos demais posicionamentos do veículo ficou explícito. Mais do que isso, em alguns exemplares, ao propor o protagonismo da mulher, os textos de Carmen pareceram uma bolha de proposições feministas e

discussões psicanalíticas imersa em um veículo que custava a abandonar os pressupostos de uma mulher que deveria, em primeiro lugar, cuidar dos filhos, do marido, enfim, zelar pela família, renunciando a preferências particulares quando necessário.

Kelley Baptista Duarte (2005) e Ana Rita Fonteles Duarte (2007) já retrataram em suas pesquisas a importância da atuação de Carmen da Silva. No entanto, é necessário reforçar algumas questões relacionadas à jornalista, a começar pela própria representatividade feminina em *Claudia*. Antes da escritora gaúcha, a redação era composta só por homens – de modo que há a suspeita, inclusive, de que era justamente um homem quem respondia pelo pseudônimo “Dona Letícia”.

Mas a decisão de conceder um espaço privilegiado para aquela que foi certamente a colaboradora mais emblemática da revista não foi por acaso. Naquele ano de 1963, os editores não ignoravam as transformações sociais e decidiram aceitar a proposta de Carmen. A jornalista e escritora⁵³ com conhecimento de psicanálise pediu pela oportunidade de escrever sobre a condição das mulheres, sem deixar de mostrar a necessidade de se prepararem para assumirem novos papéis.

As discussões levantadas por Carmen conquistaram uma audiência cativa⁵⁴, que chegava a enviar para a colunista até 500 cartas em um mês⁵⁵. Para se compreender o trabalho da articulista de forma resumida, basta olhar para a retrospectiva feita pela própria jornalista, em artigo de dezembro de 1979, intitulado “O que seria do mundo sem nós, mulheres”, como explicou Ana Rita Duarte (2007). Naquele espaço, a colunista dividiu seu trabalho em quatro fases, com base nas temáticas dos artigos publicados, dando as pistas até para algumas transformações sofridas por *Claudia* ao longo dos anos.

⁵³ Carmen foi autora de uma produção bibliográfica reconhecida, inclusive internacionalmente. Seus livros publicados foram os romances *Setiembre* (1957); *Sangue sem dono* (1964); *Sangre sin dueño* (1966); *Fuga em setembro* (1973), além da autoficção *Histórias híbridas de uma senhora de respeito* (1984) e dos livros de ensaio *A arte de ser mulher* (1966); *O homem e a mulher no mundo moderno* (1969) e da novela *Dalva na rua mar* (1965).

⁵⁴ Além da coluna “A arte de ser mulher”, Carmen chegou a responder a cartas também na seção “Caixa Postal Intimidade”, tirando dúvidas que iam de comportamento a normas sociais.

⁵⁵ Pesquisadoras como a mencionada Ana Rita Duarte (2007) estimam que a média de correspondências para Carmen tenha se fixado em torno de 150 cartas mensais, número que já era muito expressivo, abrindo as portas para uma interação crescente entre revista e público.

A primeira fase, que teve início quando assumiu a coluna, em 1963, seria a “do despertador, ou fase de Lázaro⁵⁶”, com Carmen se dedicando a provocar a consciência das mulheres sobre si mesmas, independentemente de suas funções na família. Como expôs ainda Ana Rita Duarte (2007, p. 202), esta fase ficou marcada pelo incentivo ao trabalho e à independência financeira⁵⁷. A segunda fase de Carmen, ainda na década de 1960, foi a “absolutamente institucional”, com a coluna respondendo às inquietações das leitoras, que estariam deixando de ser “alienadas” para ter noção de que os papéis sociais até então desempenhados não as satisfaziam como seres humanos. Como sintomas desse processo, as leitoras estavam, inclusive, enfrentando crises no casamento e conflitos em família.

Com um cunho notadamente feminista⁵⁸, as recomendações de Carmen tencionavam estimular o questionamento das mulheres em relação ao seu cotidiano e às funções assumidas, mas sem conferir a elas o papel de vítimas, pelo contrário. Na verdade, Carmen justamente responsabilizava-as por sua resignação quanto ao comportamento masculino e por reproduzirem as discriminações de gênero, inclusive na educação de seus filhos.

⁵⁶ Embora não tenhamos encontrado uma explicação específica sobre essa nomenclatura nos trabalhos sobre Carmen, estimamos que se trata de uma alusão ao Evangelho de João, da Bíblia. De acordo com os preceitos bíblicos, por um milagre, Jesus ressuscitou Lázaro quatro dias após sua morte. Seria, então, metaforicamente, como se as leitoras tivessem chance de uma nova vida após as “revelações” de Carmen.

⁵⁷ Vale observar que não é de Carmen a primeira abordagem na revista sobre o trabalho feminino, reiterando-se a preocupação constante do veículo em acompanhar os assuntos de cada época. Como Maria Paula Costa (2009, p. 99) resgata, na edição de agosto de 1962, ocorreu a primeira tentativa de *Claudia* de inserir a temática, com o artigo “Robôs domésticos”. No artigo, a revista tratava de aparelhos domésticos que poderiam facilitar para que as mulheres assumissem o trabalho fora de casa, relegando aos equipamentos algumas atividades do lar. Mesmo assim, páginas adiante, a revista trazia dicas de receitas culinárias e de cuidados dos filhos, reforçando as obrigações femininas no âmbito doméstico.

⁵⁸ A cautela nas abordagens foi evidenciada em entrevista de Carmen à pesquisadora Maria Lygia Moraes (1981, p. 136): “eu levei oito anos até empregar a palavra feminismo. Eu não queria empregá-la me justificando, não queria empregá-la em tom apologético e também não queria empregá-la assim às cegas, porque eu sabia que aquilo ia ter uma repercussão muito negativa entre as próprias leitoras. Então eu levei muito tempo, fazendo a dancinha dos sete véus, até assumir.”

Na terceira fase, já na década de 1970, ela criticou o sexismo e a dominação masculina. Nessa época, tentava desnaturalizar as diferenças entre os gêneros e delimitava o grupo “mulheres” como uma categoria que deveria se unir contra a opressão. Carmen discutiu sobre a situação da mulher brasileira de classe média que, para ela, estava frustrada e se sentindo incapaz, tanto por não usufruir da própria sexualidade – consequência dos anos de recato a que foi submetida – como pelas obrigações de esposa e mãe.

O final da década de 1970 foi marcado pela quarta fase. Em uma época em que o movimento feminista internacional questionava as diferenciações entre homens e mulheres e a necessidade de preservação de alguns valores culturalmente femininos, Carmen propunha a exaltação de experiências femininas, com a necessidade de manter vínculos, no caminho para um mundo mais humano. Diferentemente das matérias que estimulavam que as leitoras fizessem valer seus “dons” supostamente tipicamente femininos, Carmen tomava as vivências de mulheres como um ponto de partida para transformações na sociedade.

Seja como for, ainda que por vezes adotasse um caminho próprio, Carmen se valia de algumas estratégias tanto para ser aceita diante de seu público, quanto para ter o apoio de seus editores. Dessa maneira, ganhou a fama de ouvir as leitoras, demonstrando respeito por elas⁵⁹ e por suas opiniões. Além disso, as sugestões destacavam principalmente a tomada de atitude individual por parte das mulheres e a articulista propunha assuntos que supunha serem referentes à maioria, garantindo a manutenção de sua coluna. Kelley Baptista Duarte (2005, p. 67) explicou que Carmen manifestava, em seus artigos, como “a independência de uma mulher, casada ou solteira, o seu feminismo, podem estar associados à maternidade, na medida em que for uma escolha e não uma obrigação”.

Com uma postura que não deixa de denotar cautela, a colunista não era radical e nem determinava claramente a obrigatoriedade de suas recomendações, embora, por vezes, chegasse a apresentar um posicionamento mais desafiador, cobrando protagonismos. No final dos anos de 1960, a jornalista chegou a escrever, irônica, respondendo a uma

⁵⁹ Como expôs Alice Koshiyama (2014), o respeito pelas leitoras como se fossem, inclusive, suas pacientes, e a preocupação com a privacidade delas se deu de tal maneira que a jornalista deu a ordem de queimar as cartas recebidas, caso morresse. A irmã de Carmen atendeu ao pedido, destruindo o arquivo de cartas, após a morte da colunista, em 1985.

universitária que tinha vergonha dos pais, por exemplo: “Vossa Majestade deveria recolher-se ao seu Palácio de Verão e fazer-se manter pelo Erário Público num nível condizente com sua elevada hierarquia” (SILVA, 1968, p. 12).

Figura 4 - Capa de *Claudia* de 1968.



Fonte: CLAUDIA, dez., 1968.

Carmen tinha consciência dos limites impostos pela empresa, assim como da amplitude de seu público. Outro recurso seu era retornar continuamente a algumas questões, para facilitar a compreensão de seus textos e diluir, aos poucos, possíveis resistências. Em entrevista à pesquisadora Maria Lygia Moraes (1981, p. 134), Carmen afirmou:

Minha tática era a seguinte: se eu vou um quilômetro adiante das minhas leitoras elas não me seguem, porque não me veem, me perdem na primeira esquina. Se eu vou junto com elas, não estou adiantando nada, não estou conduzindo nada. Se eu vou 50 metros adiante, elas vem atrás. Então, eu ia 50 metros adiante. De repente eu tentava ir a 51.

Ainda de acordo com Moraes (1981), Carmen da Silva acreditava estar sempre no setor do aliciamento, abrindo a mente daquelas que ainda não tinham despertado. Mas isso não significou que a articulista não tenha tentado aprofundar suas discussões ou que não tenha criado alguma indisposição com os editores em um momento ou outro.

De qualquer forma, entre a permissão de avanços por parte da revista e os freios impostos às manifestações da articulista, *Claudia* publicou artigos em que Carmen adotou um tom mais agressivo para chamar a leitora para a realidade. Como detalhou Ana Rita Duarte (2007, p. 204), a colunista chegou a advertir as mulheres para que não se

deixassem levar pelos padrões criados pelos meios de comunicação de massa e pela publicidade que colocavam *glamour* em determinadas atividades e realizações, influenciando até nas atividades profissionais que as mulheres deveriam escolher.

Podemos admitir, então, que o veículo concedeu à Carmen da Silva um posto de liderança, que foi mantido ao longo de sua trajetória na revista. A coluna “A arte de ser mulher”, principal espaço assinado por Carmen, foi extinta em 1985, com a morte da articulista, que foi considerada insubstituível.

É necessário reforçar mais uma vez que Carmen ou, como diziam suas admiradoras, a “mulheróloga”, junção de mulher e psicóloga, foi por mais de duas décadas a figura que, ao promover discussões em relação às atribuições femininas, seria a catalisadora de novos perfis de mulher ou pelo menos a que problematizava aquele padrão hegemônico frequente nos espaços da revista, da mulher esposa recatada e mãe totalmente dedicada aos afazeres domésticos.

Dessa maneira, se *Claudia* sempre se promoveu como inovadora e libertária, com Carmen, essa tônica foi reforçada, garantindo que o veículo se diferenciasse frente aos demais. No entanto, como colocamos, fosse antes, durante ou após a “era Carmen da Silva”, as contradições de posicionamentos nunca foram evitadas por completo, tanto pela variedade de colaboradores do veículo, aglutinando diversas formações e posturas, como mesmo pelas transformações sociais que, lado a lado das aspirações dos anunciantes e dos chefes, promoveram contínuas tensões.

Enfim, especialmente ao longo das décadas de 1960 e 1970, a casa foi o espaço “legítimo” da mulher, o local onde ela organizaria os recursos financeiros e afetivos em prol da harmonia familiar, como apontou Maria Paula Costa (2009, p. 89), e isso foi intensivamente valorizado em *Claudia*. Para exercer bem tais atribuições, a mulher deveria se valer das dicas da revista, o que reforçava o veículo como indispensável, e ainda dos produtos recomendados, reiterando a importância da publicação também frente aos anunciantes. Por outro lado, como lembra ainda Costa (2009, p. 70), em sua análise das edições entre 1961 e 1985, um “modelo de família patriarcal”, que respeitava uma hierarquia no interior do seio familiar se contrapôs a um modelo de “classe média urbana”, de uma família que se intitulava moderna e que, apoiada em um discurso de novos valores e comportamentos, vivia em uma outra etapa, com as relações hierárquicas se diluindo, possibilitando pensar novos papéis para o feminino e o masculino. Esse segundo

modelo ganhou mais força com o passar das décadas, também pela moral que se torna menos rígida quanto às mulheres.

As transformações sociais seguiram, como retratou Ana Silvia Scott (2013), impulsionando novas abordagens e concentrando contradições nos discursos. Com a lei do divórcio, por exemplo, sancionada em 1977, *Claudia* passou a propor soluções de como educar os filhos nessa nova situação. A maior participação das mulheres no mercado de trabalho exigiu mais artigos e matérias sobre a temática, embora, até meados da década de 1970, os direcionamentos ainda caminhassem mais no sentido de mostrar para as leitoras que seria possível conciliar as atividades domésticas com a vida profissional, e não sugerindo um abandono das tarefas do lar ou o mero impulso à profissão, como realização pessoal.

Ainda naquela década de 1970, foi possível notar também uma maior liberação quanto à sexualidade da mulher, com a temática invadindo as revistas femininas, inclusive as concorrentes de *Claudia*, que começavam a despontar⁶⁰. Obviamente, o assunto, ainda considerado um tabu pelas leitoras mais conservadoras, ficou a cargo principalmente da coluna “A arte de ser mulher”, abordando desde a importância da educação sexual até, especialmente na década seguinte, o “direito ao prazer feminino”. Carmen da Silva chegou a tratar até da imposição que surgia para a mulher ter orgasmos – embora essas

⁶⁰ As primeiras grandes concorrentes de *Claudia* vieram como versões brasileiras de magazines internacionais. Uma delas seria a revista *Cosmopolitan*. Com 48 edições em diversos países, era a revista feminina com mais versões internacionais em 2011. Lançada pela Hearst Corporation, em 1886, nos Estados Unidos, estava obsoleta na década de 1960, quando viu a necessidade de uma reformulação. Baseada no livro *Sex and the Single Girl* (O sexo e a moça solteira), de Helen Gurley Brown, *Cosmopolitan* passou a abordar carreira profissional, independência e relacionamentos amorosos. Conforme expôs Maria Celeste Mira (2001), a partir de 1973, sob o título de *Nova*, a revista passa a circular no Brasil, pela Editora Abril. Mais recentemente, a revista adotou a titulação de *Cosmopolitan* também em terras brasileiras. Outra líder no segmento é *Elle*, que surgiu com a proposta de restituir a autoestima feminina especialmente após a Segunda Guerra Mundial. No Brasil, passou a ser publicada em 1988, pela Editora Abril, trazendo enfoque para seções de moda. Já a pioneira na utilização de técnicas de diagramação sofisticadas para a época, como o abuso de espaços em branco seria outra revista com nome de mulher: *Marie Claire*. No Brasil, o veículo foi lançado em 1991, pela Editora Globo. Há ainda outros títulos mais segmentados, voltados para a moda, como *Vogue*, que surgiu em 1892, nos Estados Unidos.

discussões se devessem apenas quanto a relações dentro do casamento, entre casais heterossexuais.

De qualquer maneira, foram arranjos sociais que implicaram diferentes debates nas páginas mas, sempre, reiterando-se o valor da revista no seu papel de esclarecer, orientar, aconselhar para que a mulher ficasse atenta a tudo o que estava ocorrendo, sabendo a melhor maneira de lidar com questões que seriam “naturalmente” relacionadas a ela nos âmbitos público e privado.

Na década de 1980, então, *Claudia* evidenciou a consolidação da mulher no mercado de trabalho, conferindo espaços para cartas e artigos sobre o assunto, ao mesmo tempo em que lançando luz em profissões que supostamente estavam ligadas ao “universo feminino”, como secretária, professora, fonoaudióloga e etc. e que fossem mais facilmente conciliáveis com as atribuições de mãe e esposa. O que notamos, então, é que os avanços apresentados pela publicação são intercalados continuamente com o reforço dessa associação da mulher ao âmbito doméstico.

Dulcina Borges (1998, p. 52) explica que, nessa década, a mulher moderna não quer nem ser mais a mãe de antigamente, que só cuidava dos filhos, e nem sabe ainda ser um outro tipo de mãe, que trabalha, tem desejos de namorar, estudar, e também gosta de ter filhos. Não se trata mais, dessa forma, de destacar a mulher somente pelas vias da maternidade. Já o homem, como a revista vai propor, deve ser mais sensível, mais preocupado com a beleza e descobrindo a rica experiência de cuidar dos filhos, apesar dessas imposições quanto à criação paterna se darem sempre de maneira muito mais leve do que aqueles encargos associados às mães.

Assim, se, para os homens, segundo as edições de *Claudia* a partir da década de 1980, cuidar dos filhos promoveria uma valorização do lado emocional, um crescimento como pessoa, para a mulher se trata de uma obrigação primeira, um pressuposto reiterado a cada edição, assim como suas tarefas do lar, lembradas nas seções de culinária que rechearam as páginas mesmo nas décadas de 1990 ou nos anos 2000. Afinal, ainda que não precise cozinhar, a leitora deve ter como diferencial saber orientar sua cozinheira, escolher o cardápio, arrumar a mesa e conhecer os melhores utensílios e eletrodomésticos e, para isso, certamente pode contar com *Claudia*.

Somando-se a isso, um novo imperativo despontou, principalmente nas edições das últimas duas décadas: os cuidados estéticos. A pesquisadora Maria Paula Costa (2009, p. 113) afirma que o corpo feminino vai sendo segmentado e esmiuçado em seus detalhes:

cabelo, rosto, olhos, boca, barriga. E, para cada parte, um cuidado especial, com um tratamento específico.

O fato é que o século 21 chega com um exacerbado cuidado com a aparência. Por um lado, esse cuidado pode ser uma forma de liberação, ao propor uma identidade menos ligada aos padrões tradicionais e ao estabelecer o afrouxamento em relação à moral que obrigaria a mulher a se dedicar exclusivamente às atividades do lar, ao cuidado dos filhos e do marido, sugerindo ainda maior empoderamento pelo próprio corpo. Por outro, segue-se com o estabelecimento de atitudes “esperadas” das mulheres, sem o abandono, por completo, de normas antigas. Em seu trabalho sobre as décadas entre 1970 e 1990 de revistas femininas, Dulcina Borges (1998, p. 52) ainda expõe:

Dela [da mulher] se espera muita coisa: que tenha ótima aparência, que mantenha uma relação saudável e profunda com o marido em todos os níveis (tem que manter acesos o diálogo e o interesse, mostrar-se excelente companhia e amante criativa), e que esteja sempre disponível para os filhos, sem falar da suposição de que só é uma pessoa produtiva quem tem uma profissão.

Portanto, diante de tantas expectativas, para evitar a frustração, seria necessário todo um time de profissionais e tratamentos, a postos para que se cumprissem todas as tarefas com o máximo de êxito possível, sempre com a mediação de *Claudia*.

A mesma publicação, então, que aconselhou sobre como conquistar a independência financeira, como manter o bom casamento ou como não se sentir uma dona-de-casa frustrada, agora, sugere, continuamente, o que fazer para perder a gordura do abdômen ou para eliminar as rugas da região dos olhos. É necessário observar, no entanto, até que ponto o faz sem abandonar antigas recomendações e até que ponto tem sido capaz de promover uma liberação das posturas, neste século 21.

Às problematizações, soma-se ainda o fato de que, considerando essa trajetória e a variedade de perspectivas contempladas em pesquisas que envolvem a revista, abarcando gênero, aspectos históricos e até gráficos, surpreende a escassez de discussões sobre raça, levando em conta as décadas de circulação de *Claudia*. Por isso, torna-se urgente avaliar em que medida as mulheres negras aparecem e como aparecem neste século 21 em que as tônicas por modernidade e emancipação

feminina parecem passar pelos discursos midiáticos com tanta frequência.

1.3.3 Um panorama da *Claudia* atual

Embora não tenha tido uma sucessora direta, Carmen da Silva consolidou a importância das colunas em *Claudia*, abrindo espaço para que pelo menos outros dois articulistas fizessem história na revista: Flávio Gikovate, na década de 1990, e Danuza Leão, já nos anos 2000. O psiquiatra Flávio Gikovate escreveu para *Claudia* mensalmente entre 1987 e 1999, abordando questões sobre casamento, sexualidade e comportamento. Nesse espaço, ficou evidente a gradativa liberação dos costumes nos anos de 1990, com a maior frequência inclusive de assuntos de sexualidade, que se somaria à liberação dos movimentos do corpo. Afinal, a década é lembrada pela explosão dos exercícios de aeróbica, das academias e de uma preocupação crescente pelo corpo, amplificada nos anos seguintes.

Mais recentemente, a colunista de destaque tem sido a jornalista e escritora Danuza Leão⁶¹, que costuma escrever sobre comportamento e situações do cotidiano mensalmente a partir de 2005. Com uma postura tradicional que relembra outras décadas de *Claudia*, Danuza faz frequentes associações do que seria típico ao homem e à mulher. Sua permanência na revista sugere que ainda há leitoras de *Claudia* que procuram direcionamentos mais conservadores.

No caso do século 21, entre 2005 e 2008, também teve uma coluna mensal a jornalista, escritora e apresentadora Fernanda Young⁶². Ainda que suas colunas em *Claudia* estivessem mais voltadas para questões filosóficas, como a passagem do tempo, ou de comportamento, tratando da importância de se dar fim a relacionamentos ruins, a jornalista de um humor ácido não se distancia tanto assim do perfil de mulher mais valorizado por *Claudia*, ao ser, afinal, uma mulher que é profissional reconhecida, branca, casada, mãe.

Nos últimos anos, outras duas colunistas passaram a discorrer sobre assuntos bem específicos. Desde março de 2012, a jornalista

⁶¹ Nascida em 1933, Danuza é figura conhecida no país. Irmã da cantora Nara Leão, falecida na década de 1980, Danuza foi modelo profissional, escreveu diversos livros e foi também colunista do jornal *Folha de S. Paulo*.

⁶² Young é conhecida por suas declarações polêmicas não só na televisão e em entrevistas como também na rede social *Twitter*.

Cynthia de Almeida⁶³ está à frente do espaço “Inspiração Carreira”, falando sobre assuntos variados relacionados a trabalho. Poucos meses depois, em 2013, surgiria a coluna “Inspiração Coisas da Alma”, com Marcia de Luca⁶⁴, abordando assuntos referentes à espiritualidade.

Por essas aferições abarcando até o ano de 2014, notamos que, para merecer um espaço privilegiado na revista, as colunistas, de Carmen à Danuza, precisaram estar “credenciadas” de alguma maneira, ter algum atributo em sua formação ou experiência, como uma carreira consolidada ou a prole garantida, que justificasse seu lugar de enunciação. De algum modo, suas biografias e suas trajetórias fariam com que as orientações de tais colunistas, na visão da revista, merecessem ser seguidas e com que recebessem a nomenclatura de “especialistas”.

A propagação dos especialistas cresceu com a importância do “saber médico”. Vale lembrar que, no cuidado à saúde, na avaliação de taxas de nascimento, óbito, enfermidades, fecundidade, o Estado do século 19 impulsionou as produções capitalistas com o aumento da mão de obra ativa, com o apoio da medicina. Os métodos para higiene, para a manutenção da boa saúde permitiram que se vivesse mais, mas permitiram também regularização e exercício de poder sobre a vida, relacionado diretamente a mecanismos de saber, inclusive em prol de crescimentos econômicos. Seguindo o que propôs Michel Foucault (2006), a burguesia converteu a importância do sangue azul dos nobres, da repartição de bens, da exclusiva transmissão de uma descendência, no valor do organismo são, incorporando ao espírito moderno os ideais de ordem, razão, produtividade, conhecimento, contrapostos a tudo o que sugerisse improdutividade e anormalidade. Desponta, então, a necessidade do indivíduo em reconhecer qualquer desvio para se submeter ao saber médico, que se expande ainda no saber especializado de um modo geral, envolvendo não só a área da saúde, como da estética e até da decoração e etc. No fim das contas, então, a medicina passa a

⁶³ Inicialmente, Cynthia de Almeida foi apresentada como jornalista e coordenadora do movimento Habla, da Abril, dedicado ao estudo do comportamento feminino. Lançado em 2010, o Habla surgiu com o propósito de fornecer pesquisas e tendências relacionadas ao comportamento feminino. As pesquisas serviam de mote tanto para a elaboração de matérias como para o uso de produções de anunciantes. Com o fim do movimento, a jornalista passou a ser apresentada apenas como especialista do comportamento feminino, sendo presença obrigatória nas edições.

⁶⁴ Apresentada como especialista em ioga, meditação, ayurveda e uma das idealizadoras do movimento “Yoga pela Paz”.

ultrapassar os limites da doença, ampliando-se para as mais variadas áreas.

Em *Claudia*, essa comprovação dos especialistas nos discursos ficou evidente, sendo que as matérias sempre tiveram ao menos um *expert* de alguma área específica⁶⁵. Mas até as seções com e-mails e correspondências de leitoras, que sempre foram ingredientes obrigatórios em *Claudia* – como se observa desde as seções respondidas por Carmen –, não deixam de ser validadas por esses *experts*. Mais do que isso, a mediação deles também nessas seções foi fundamental para o caráter de condicionamento dessas leitoras, por meio de diversas sugestões, reiterando-as como público a ser guiado por *Claudia*. Assim, tanto na década de 1960 como no século 21, advogados, médicos psicólogos e profissionais de um modo geral esclareceram dúvidas sobre relacionamento, emagrecimento ou limpeza da casa.

Enfim, haveria a revista caminhado num passo mais lento que suas leitoras, mantendo os mesmos eixos temáticos e o mesmo saber especializado em suas matérias ou a publicação seguiu, de fato, um pouco à frente, como propôs Carmen da Silva, acelerando a caminhada de seu público nos seus discursos sobre a participação feminina na sociedade e no âmbito doméstico?

Considerando as edições do século 21, é de se supor que nem uma coisa, nem outra. Em um processo contínuo de inovações e recuos, é difícil acreditar que a leitora e sua revista tenham caminhado 100% lado a lado. O fato é que *Claudia* merece ser problematizada, à medida que continua se colocando como autoridade frente às leitoras e lança mão de estratégias bem delimitadas que, podem, sim, não só influenciar na visão que as leitoras têm de si mesmas como também contribuir para a consolidação de padrões sociais.

Ao promover, ao longo de décadas, histórias individuais, por exemplo, a publicação destaca inquietações que supostamente seriam coletivas do público pertencente ao grupo “mulheres”. Nesse sentido, em uma só seção, em uma só coluna ou matéria, é capaz de construir discursivamente um problema, ao apontá-lo como “típico” da mulher, ao mesmo tempo em que o soluciona, com a ajuda dos especialistas, reiterando seu poder de mediadora. Ora, à leitora poderia nunca ter ocorrido que tem um acúmulo de gordura entre o braço e a axila, por

⁶⁵ Na dissertação de Mestrado “O jornalismo de *Claudia*: tecnologias de normatização e cuidado de si da mulher” (BITTELBRUN, 2011), aprofundamos nos debates sobre a influência dos especialistas nas matérias e sobre a delimitação, nas revistas, do que seria a normalidade.

exemplo, mas, diante dos conselhos para combater esse excesso, cria-se uma nova necessidade e a sua própria resolução, a partir das dicas de *Claudia*.

A publicação reforça a importância do papel das celebridades, como figuras representativas de mulheres de “sucesso” e que, por isso, deveriam despertar o interesse das leitoras. Desde a última grande reformulação editorial, em 2003, só aparecem na capa de *Claudia* essas famosas da área de música, moda, entretenimento, jornalismo, enfim, mulheres que estão com frequência na grande mídia. Essas celebridades também rechearão as páginas, contando situações da vida pessoal e de seus cuidados consigo mesmas.

Ainda há espaço, nas edições, para depoimentos pessoais ou para as leitoras simplesmente contarem suas histórias. Nessas seções, as leitoras estariam ali em função de sua experiência e trajetória, como se observa em “Diário de uma desacelerada”, com histórias de quem decidiu mudar a rotina ou tirar um ano sabático, por exemplo, ou em “Página da Vida”, que faz parte da revista desde 2008. Explicada como a seção em que “mulheres incríveis partilham experiências, desafios e sonhos”, “Página da Vida” traz sempre alguma situação vivida pela leitora, em um depoimento em primeira pessoa⁶⁶.

Os editoriais de *Claudia* podem ser vistos como uma introdução da conversa que a revista pretende travar com o público, a cada edição. Como já observamos, o primeiro editorial sinalizou a pretensão em ser uma “amiga íntima” (CLAUDIA, 1961, p. 3), o que foi constantemente revalidado a cada exemplar, ao longo das mais de cinco décadas, nesse formato de texto que apresentou as matérias jornalísticas de destaque, comentou alguma temática em voga ou ainda abordou a própria importância de *Claudia*, seus objetivos, seus avanços, em um exercício de metalinguagem e autopromoção.

Enquanto o editorial é conhecido, no jornalismo mais tradicional, por ser um artigo que carrega uma posição assumida da redação ou da empresa jornalística sobre uma notícia ou fato recente, na revista em questão ele assume muito mais a forma de porta de entrada para o diálogo com quem lê, com construções textuais capazes de garantir a credibilidade do que será apresentado nas páginas seguintes, mantendo o tom de cumplicidade e confiança. Tanto que, no século 21, o editorial

⁶⁶ Diferentemente de “Diário de uma desacelerada”, concentrando apenas o depoimento em primeira pessoa, é possível supor, pelas assinaturas no canto da seção, que as falas inseridas em “Página da Vida” sejam colhidas com base nas perguntas de uma repórter.

assume o nome “Eu e você”, sendo geralmente assinado pela diretora de redação⁶⁷ que, não raro, conta suas impressões pessoais sobre alguma questão e despede-se com “um beijo”.

Quanto à estrutura de *Claudia*, observamos que as edições do século 21 costumam ter entre 140 e 260 páginas. Em relação às edições entre 2004 e 2014, não há como apontar uma linearidade de sumários e seções e nem mesmo um time fixo de colaboradores, considerando as constantes reformulações, de maior ou menor impacto.

Seja como for, se, segundo Maria Lygia Moraes (1981, p. 93), as publicações femininas estiveram dedicadas a matérias de “evasão e sonho”, com horóscopo, contos etc.; de “serviços”, com textos sobre casa, cozinha, moda, com o maior ou menor incentivo ao consumo; e de “cunho informativo”, com regras sobre a vida sexual, educação dos filhos e etc., isso não foi diferente na *Claudia* do século 21.

As edições consideradas, entre 2004 e 2014, seguiram essas diretrizes, respeitando ainda a última grande reformulação editorial que, a partir da edição de outubro de 2003, modernizou todo o *design* da revista. No índice da *Claudia* de maio de 2004, então, além das matérias de capa, houve a seguinte divisão de editorias⁶⁸, em nomenclaturas sugerindo as próprias temáticas consideradas: “Atualidades e gente⁶⁹”, com assuntos do momento; “Emoção e Espiritualidade”; “Carreira e

⁶⁷ Nas edições entre 2004 e 2014, estiveram à frente de *Claudia*, ocupando o cargo de diretora de redação Márcia Neder, de 2003 a 2010; Cyntia Neder, que assume em março de 2010 e segue até março de 2012; Paula Mageste, de 2012 a 2014 e, por fim, Mônica Kato. Entre os 12 exemplares mais atentamente considerados, apenas a edição de fevereiro de 2012 não teve editorial assinado pela diretora de redação. Naquela edição, a redatora-chefe, Sibelle Pedral, foi quem assinou o espaço.

⁶⁸ Vale pontuar que nem todas as editorias aparecem em todas as edições.

⁶⁹ Dentro da editoria “Atualidades e gente”, a revista contou com as seguintes seções: “*Claudia* entrevista”, com perguntas para alguma personagem que normalmente não se enquadraria no título de celebridade mas que seria destaque na atuação em alguma área, “Mulheres que fazem a diferença”, com histórias que reiteram ideais de cidadania, o “Livro do Mês”, sobre alguma obra em voga e “Mulheres à frente de seu tempo”, resgatando biografias. Esse último espaço ficou conhecido por conferir protagonismo à mulher, apresentando-se aquelas que, de alguma forma, desafiaram as imposições, não aceitaram a submissão, foram responsáveis por grandes feitos e, ainda assim, são desconhecidas do grande público. Entre as mulheres apresentadas pelo veículo estiveram a autora teatral norte-americana que desafiou o macarthismo, Lillian Hellman, por exemplo.

Dinheiro⁷⁰”; “Moda”; “Amor e Sexo⁷¹”; “Beleza e Saúde”; “Casa, comida e consumo”; “Família e Filhos” e “Sempre em *Claudia*”, cada uma dividida em uma série de seções. Enquanto algumas dessas seções foram apresentadas principalmente na forma de matérias jornalísticas⁷², outras destacaram a participação do público, nos moldes de pergunta da leitora *versus* resposta de especialista⁷³. Endossando a participação do público, houve também as seções com as conhecidas fórmulas de transformação de aparência da leitora⁷⁴.

⁷⁰ Em 2005, deixou de existir a editoria “Carreira e Dinheiro”.

⁷¹ A editoria “Amor e Sexo” existiu até 2009.

⁷² Na forma de matérias jornalísticas, as seções “De bem com a vida”, da editoria “Emoção e Espiritualidade”, e “Saúde e nutrição” (que passou a se chamar “A sua saúde”), da editoria de “Beleza e estética”, destacaram algum aspecto referente a bem-estar, como a importância da qualidade do sono ou as causas de doenças sexualmente transmissíveis, enquanto “Independência Financeira” (que mudou o nome posteriormente para “Dinheiro agora”), dentro da editoria “Carreira e Dinheiro”, daria dicas sobre vários aspectos de economia.

⁷³ Ao longo dos 11 anos, além da seção “Sua opinião”, em que são expostos trechos – editados – da opinião do público sobre edições anteriores, inúmeras dúvidas seriam respondidas por profissionais nas seções “Amigo bicho”, sobre animais domésticos, “A lei e você”, sobre legislação, “Sexo bem resolvido”, sobre sexualidade, “Coisa de Criança”, “Dilema de mãe” e “Turma Teen”, voltadas para crianças, adolescentes e educação, “Consulta de Beleza”, referente a questões estéticas, “O que eu faço?” e “Relações delicadas”, sobre assuntos diversos de etiqueta, cidadania, ética. Essas seções, no simples formato pergunta-resposta, estiveram distribuídas ao longo das várias editorias, de modo que nem todas apareceram em todos os exemplares analisados.

⁷⁴ “De visual novo” promoveu a transformação de cabelo, maquiagem, e traje, com fotos de “antes” e “depois” das participantes e com dicas para quem quisesse seguir os procedimentos similares – a partir de 2010, a seção passou a se chamar “Desafio de moda e beleza” e, depois de 2013, “Desafio da leitora”. Já “Solução de decoração” seguiu o mesmo princípio, com recomendações para a mudança de um cômodo da casa de alguma leitora, também com fotos de “antes” e “depois”.

Figura 5 - Índice de *Claudia* de 2010.

Fonte: CLAUDIA, ago., 2010, p. 4; p. 6.

Outro traço recorrente entre as seções foi o estilo “catálogo”, elencando diversas sugestões de produtos do mercado, de cosméticos a vestuário, passando por decoração e até por produtos e técnicas recém-descobertos referentes à nutrição. O grande número de seções que se enquadram nesse *hall*⁷⁵ de listas com sugestões de aquisição, de mercadorias e serviços, evidencia o estímulo ao consumo e a intrínseca tônica capitalista da revista.

No que se refere ainda ao *corpus*, complementando espaços fixos da revista, houve também, entre 2003 e 2008, os quadrinhos da cartunista argentina Maitena Burundarena. Não foi a primeira vez que a revista apresentou histórias em quadrinhos, trazendo a problematização do universo feminino⁷⁶. Mas, no caso de Maitena, chama a atenção o tom feminista, questionando até a obrigação da mulher de se depilar, por exemplo. Por estar geralmente nas páginas finais, o trabalho de Maitena acabava por encerrar o exemplar com mensagens bem-humoradas que problematizavam as imposições estéticas e comportamentais referentes

⁷⁵ Encaixam-se nessa categoria as seções: “Esta moda vai durar”; “Escolha da editora”; “Vitrine de acessórios”; “Na última moda”; “Beleza essencial”; “Básicos de *Claudia*”; “Fique mais bonita”; “Balcão de beleza”; “Os livros que a gente ama”; “Morar bem”, entre outras diversas seções. A ideia de lista abarcaria até “Nutrição inteligente”, com dicas nutricionais e a divulgação de pesquisas e produtos da área recém-lançados.

⁷⁶ Já na década de 1970, o cartunista brasileiro Ziraldo criou a personagem Supermãe, que estampou as páginas da revista até edições da década de 1990. O tom de humor ficava garantido pelo excesso de proteção da personagem, Dona Clotildes, com os filhos.

às mulheres. Porém, alegando questões pessoais, a autora parou de desenhar e *Claudia* não trouxe mais esse gênero textual.

Em 2008, uma pequena reformulação gráfica mudou o visual desde o índice, o que ocorreu novamente em 2011, marcando os 50 anos da publicação. Em 2012 e em 2013, outras pequenas mudanças foram observadas na organização das editorias⁷⁷.

Figura 6 - Índice de *Claudia* de 2013.



Fonte: CLAUDIA, dez., 2013, p. 20-21.

No que se refere aos aspectos visuais, embora a revista tenha permitido a própria modernização visual de forma constante, é possível dizer que a última grande reforma foi aquela de 2003. Não há, dessa maneira, um estranhamento visual entre uma edição de 2004 e de 2014, o que ocorre quando se compara uma edição de 2001 com uma de 2004, por exemplo. Nesse sentido, é possível afirmar que, para *Claudia*, o século 21 chegou no ano de 2004. Além disso, mesmo com pequenas alterações na composição das editorias e com as mudanças de disposição

⁷⁷ Em 2012, a editoria “Emoção e Espiritualidade” dá lugar à “Inspiração”, com a mesma proposta de se voltar para questões sobre espiritualidade e bem-estar. Em 2013, a leve reformulação trouxe a editoria “Comportamento e Gente”, tratando de celebridades e matérias de comportamento. Outras duas novas editorias ganham espaço: “Casa e Família” e “Comida e Bebida”, extinguindo-se “Casa e Consumo” e “Família e Filhos”. O novo enfoque também se justifica pelo fim do encarte *Claudia Cozinha*. Agora, as receitas estarão concentradas em “Comida e Bebida”, no próprio corpo da revista.

no índice e de fontes de letras, a estrutura geral se manteve a mesma ao longo dos anos considerados, conservando-se as setorizações e as abordagens principais.

1.3.4 A *Trip para Mulher*

Para Paulo Lima, que assinava o primeiro editorial de *TPM*, a publicação é destinada à mulher “quase ofendida em sua inteligência e autoestima pela forma como são produzidas diversas revistas femininas vigentes nas prateleiras do país” (LIMA, 2001). Em outras palavras, o veículo seria, senão o oposto, bem diferente de *Claudia* e *Nova*, como deixou transparecer o título do primeiro editorial “Eu não sou”, em uma possível negação de similaridade com os conhecidos magazines do setor. Vale questionarmos se a revista, de fato, conseguiria cumprir essa promessa e até que ponto se distanciaria daquela da Abril.

Figuras 7 e 8 - Capas da edição n.1 de *TPM*, com os atores Ana Maria Manieri e Rodrigo Santoro.



Fonte: TPM, maio, 2001.

Gabriela Hollenbach (2005), que analisou questões relacionadas à sexualidade em *Nova* e *TPM*, e Patricia Rocha (2007), pesquisando sobre as formas de jornalismo em primeira pessoa em *TPM*, já sinalizaram como a revista de 2001 chega a cair nos padrões da imprensa feminina à moda antiga. As pesquisadoras compartilham a visão de Márcia Flausino (2003), que indicou, poucos anos antes, que o título não é tão vanguardista como ambiciona.

Tendo em vista a trajetória de *Claudia*, podemos admitir, inclusive, que o primeiro parágrafo do editorial de *TPM* lembra, embora de maneira irônica, as afirmações de Victor Civita sobre sua “filha de papel”. Em metáforas sobre relações familiares, em um tom jocoso, diz Paulo Lima (2001):

Sinto-me num papel engraçado, como um pai que anuncia aos filhos mais velhos, parentes, amigos e vizinhos a chegada de uma menina para fazer companhia ao garoto, perto de completar 15 anos. Papagaiadas paternalistas à parte, depois que nos demos conta de que 25% dos leitores de *Trip*, supostamente apontada para leitores homens são garotas, ficou claro que havia algo errado. Ou melhor ainda, algo muito certo.

Embora deixe as “papagaiadas paternalistas à parte”, o editor fala em “leitores homens” e menciona, como seu equivalente, leitoras “garotas”, em um reforço à infantilização feminina que, socialmente, chega a servir como estratégia de redução da competência e da capacidade de ação das mulheres⁷⁸.

Enfim, Paulo Lima (2001) complementou: “*Trip para Mulher* entra no mercado tão pretensiosa quanto este Adão de cujas costelas querem nos convencer que surgiu, mas ainda mais forte, sensível e independente, como aliás costumam ser as mulheres”, o que remete a conhecidas – e por quê não clichês? – caracterizações de um suposto “tipicamente feminino”. Há ainda um paralelo e, se a mulher teria surgido da costela de Adão, *TPM* desponta como um derivativo da precursora, *Trip*.

De qualquer forma, enquanto, salvo as exceções, as revistas femininas, segundo o editor, supõem que a mulher brasileira seja “uma pessoa simplória, de horizontes estreitos, com pouquíssimo potencial, de espiritualidade rasa, cultura próxima do zero, tipo físico medíocre” que se agarra a tratamentos estéticos para achar um “pobre diabo que a carregue” – em referência às matérias sobre conquista amorosa–, *TPM* surgia para aquelas que buscam uma “experiência mais rica”. O que, afinal, abarcaria essa experiência?

TPM se volta, então, para as mulheres que “querem construir, aprender, se divertir, mudar o planeta, vivenciar opções bem diferentes das previstas nos planos sem sua participação” ou ainda para as que estão “prontas para viagens de todos os tipos, sem culpa com relação ao consumo, ao sexo, abertas à informação nova, aos esportes, às outras

⁷⁸ O texto do portal *Azmina* intitulado “Por que chamar mulheres de meninas nos faz mal?”, de Sarah Mund, aprofunda essas discussões. Disponível em <<http://azmina.com.br/2017/05/parem-de-nos-chamar-de-meninas/>>. Acesso em 3 de maio de 2017.

culturas e formas de ver o mundo”. Resumindo, a revista seria para aquelas que, segundo o mencionado editorial, querem “espalhar amor pelo mundo” (LIMA, 2001).

Como observamos, por um lado, a publicação deseja combater os manuais “prontos” de vida, tão relacionados às revistas femininas, que as impulsionam para um cuidado com o corpo e para a busca de um parceiro. Embora não utilize a palavra “feminista” nesse editorial e nem se defina abertamente como tal em suas plataformas, a revista apresenta indicativos de que essa seria a sua inclinação, ao reivindicar uma liberação feminina. Por outro lado, assim como qualquer veículo dessa categoria, a publicação da editora Trip não deixa de remeter às fórmulas mais tradicionais dos magazines e trabalha com a valorização de um modelo, ainda que pela contraposição do que não mereceria atenção, no caso, aquela figura que segue os tais manuais. A leitora de *TPM* seria a mulher que não segue às conhecidas sugestões e consegue se evadir das “culpas” socialmente associadas a ela. Mas que também se mantém dentro de um enquadramento como mulher, ao ansiar “espalhar amor pelo mundo” – novamente na ligação entre o que seria uma feminilidade e sensibilidade – e que, para isso, tende a se valer do apoio da revista e do que ela propõe como referencial para o grupo.

O próprio nome *TPM*, da sigla “*Trip para Mulher*”, em alusão à tensão pré-menstrual, confere um caráter provocador à revista, que está bem distante dos tranquilos nomes de mulher, como *Claudia* ou *Marie Claire*, por exemplo.

De acordo com o que destacou Paulo Lima (2001), *TPM* surgiu a partir da constatação de que 25% dos leitores da revista *Trip* – voltada ao público masculino ao abordar assuntos como surfe, sexo, viagens – eram compostos por mulheres. E, se *Claudia* foi criada em uma época em que o trabalho feminino ainda era pouco frequente, o que justificava a rara participação de mulheres mesmo na redação, *TPM* veio em um contexto que lhe permitiu que a maioria da equipe da redação fosse composta por elas. Em contrapartida, enquanto os dois principais editores, ao longo da trajetória de *TPM*, foram Paulo Lima e Fernando Luna, *Claudia*, durante os anos 2000, veio apostando em suas editoras-chefe como “representantes” de suas leitoras, em uma fala ao estilo “de mulher para mulher” – como a conhecida propaganda das lojas *Marisa*.

Seja como for, entre outros grandes marcadores de diferença de *TPM* está a capa. Durante sua trajetória, o veículo ficou conhecido por trazer, normalmente, duas capas para uma mesma edição – tendência que vem se ampliando mais recentemente, após 2015. Em alguns casos, ambas apareceram em um mesmo exemplar, desdobradas em capa e

personagem. Notamos, por esse conjunto, que *TPM* intenta fazer uma crítica às revistas concorrentes que, pela quantidade de promessas de beleza e bem-estar, “estariam mentindo”, como é sugerido desde a chamada principal, na contracapa. A iniciativa dá as pistas de um tom de questionamento, aos padrões sociais e aos demais magazines do setor, que será adotado em outros momentos, como veremos posteriormente. No editorial da edição em questão, o editor Fernando Luna indicou: “[...] esta capa-paródia com a Alice Braga *hiperphotoshopada* e cercada por chamadas bizarras, se mimetiza perfeitamente na paisagem artificial das bancas”, a que acrescentaria: “mentira só tem perna curta porque não lê nenhuma revista feminina” (LUNA, 2013, p. 2). *TPM* se coloca em um *hall* tão diferenciado em relação às concorrentes que, aqui, chega a se excluir do grupo de “revistas femininas”, embora em outros textos adote essa titulação para si, como veremos, o que foi corroborado, inclusive, por seus *Mídia Kits* (2015; 2016).

De todo modo, Alice Braga também protagonizou capas de *TPM* em que esteve mais no estilo das tradicionais revistas, como anos antes, em dezembro de 2008, quando apareceu com os cabelos longos cuidadosamente penteados para o lado, acompanhada de chamadas sobre maiôs e biquínis para o verão. Dessa forma, mesmo uma primeira observação sobre as edições dá uma ideia de algumas contradições do veículo da Editora Trip que merecem ser levadas em conta.

Figuras 10, 11 e 12 - Capa de *TPM* de 2008; capa e contracapa de *TPM* de 2013, todas com a atriz Alice Braga.



Fonte: TPM, dez., 2008; TPM, ago., 2013 [capa e contracapa].

Enfim, enquanto *Claudia* se popularizou também por meio das conversas com leitoras, promovidas por meio das colunas, por cartas e, mais recentemente, por e-mail, a revista *TPM*, que já nasceu no século 21, aproveitou ao máximo as ferramentas da internet para se aproximar de seu público. Por meio do site e das redes sociais, *TPM* disponibiliza

todo o seu conteúdo da versão impressa na internet. Já *Claudia* mantém conteúdos exclusivos para assinantes, postando apenas receitas e matérias menores no site de *Claudia* e no portal *M de Mulher*⁷⁹.

No caso das edições impressas, no que se refere ao texto, o tom coloquial, de conversa, perpassa tanto *Claudia* como *TPM* mas, enquanto a mais antiga reitera constantemente o “você, leitora”, convocando o público para atentar a suas sugestões e, por conseguinte, ocultando quem narra, a revista mais nova não abandona o “eu”, destacando a narradora em questão. Patricia Rocha (2007) explica que as jornalistas e, portanto, narradoras de *TPM* competem com especialistas e até com as celebridades – que marcam presença de maneira tão contundente em *Claudia* – no papel de conselheiras.

Perfis, entrevistas e textos em que são apresentados pontos de vista, sendo exaltadas as experiências pessoais, predominaram especialmente nos primeiros anos de publicação de *TPM*. Nesse processo, em que jornalistas assumem diferentes formas de um “eu” que confidencia, protagoniza ações, julga e aconselha, faz-se uma forma peculiar de jornalismo, com procedimentos próprios e que não esconde o narrador, como no jornalismo mais convencional. Para Rocha (2007), esse estreitamento da ligação entre leitora e jornalista, sem mediações dos conhecidos especialistas, chega a ser uma forma de ruptura diante do que vinha sendo apresentado no mercado.

Mas essa proximidade de um “eu” pode até reforçar o caráter imperativo das sugestões e, nesse sentido, a revista atualiza padrões consolidados e mascara seu caráter normativo pela informalidade e simulação de intimidade exacerbada. Portanto, ainda segundo a mencionada pesquisadora, essa explicitação de uma verdade personalizada, autocrizada, parcial e glamourizada pode ter efeitos ainda mais incisivos sobre suas leitoras do que aquele jornalismo tradicional, com seus mecanismos de utilização de diversas fontes ou uso da terceira pessoa (ROCHA, 2007, p. 132). Pensando em uma comparação com *Claudia* que, não raramente, traz textos pressupondo um “nós”, os textos de *TPM* podem ter um caráter ainda mais taxativo,

⁷⁹ A partir de 2015, o site *M de Mulher* (<http://mdemulher.abril.com.br/>) passou a condensar diversos conteúdos das revistas femininas da Abril, sendo compartilhado nas diversas redes sociais. Portanto, os conteúdos disponibilizados no *Facebook* de *Claudia* muitas vezes foram produzidos para outras revistas do grupo ou até elaborados exclusivamente para essas plataformas digitais.

afinal, enquanto “nós” sugere um compartilhamento ou uma relação de troca, “eu” pode conferir uma autoridade maior a quem fala.

Seja como for, a partir de textos em primeira pessoa – no caso, “eu” – que tiveram jornalistas como protagonistas de experiências, em edições de 2005 e 2006 de *TPM*, Patricia Rocha e Márcia Benetti (2007) encontraram seis estilos de mulher mais recorrentes. O que as autoras chamaram de “fora do padrão” foi apontado por *TPM* como referente àquelas mulheres destoantes dos padrões convencionalmente elencados nesse tipo de publicação, enfim, aquelas que surpreenderam de alguma maneira, não se enquadrando no ideal de mãe ou envelhecendo sem traumas. Já a “sábua e experiente” se referiu à mulher capaz de emitir juízos sobre tudo o que as rodeia. Há ainda, segundo as autoras, o padrão da “repórter aventureira”, responsável por mitificar a imagem de jornalista, que proporciona a vivência de experiências surpreendentes. Ser repórter aventureira de *TPM* implicou fazer do exercício jornalístico uma extensão de seu estilo de vida, em uma forma de jornalismo que estaria longe do trabalho nos demais veículos.

O padrão da “dona do próprio destino” retratou as potencialidades de superação da mulher para redefinir seus papéis na sociedade, problematizando-se a condição feminina. Por outro lado, a “solteirona orgulhosa” se referiu àquela mulher ora feliz pela vida desprentensiosa que leva, ora orgulhosa demais para admitir o desejo de ter um par, enquanto o padrão “mulherzinha” estava ligado a mulheres aclamadas por sua beleza, capacidade de afeto e sensibilidade.

Nesse referido estudo, aprofundado na dissertação de Patricia Rocha (2007), sobre os textos em primeira pessoa, centrados na figura da jornalista, é possível notar, desse modo, algumas abordagens frequentes de *TPM*. Porém, se essa categorização denuncia a limitação da revista a determinados modelos, ela reitera a importância de se questionar esses estereótipos que, afinal, depreciam determinados modos de vida. Mesmo a nomenclatura de “mulherzinha” ou “solteirona” faz lembrar que há valorações sociais que perpassam os discursos da revista e reforçam hierarquizações, assim como nos títulos concorrentes. Precisamos considerar, então, que determinar que é “menos mulher” quem está dentro ou fora das convenções, por exemplo, é igualmente impositivo. Portanto, para a ampliação desses debates, partimos para as matérias principais de edições entre 2004 e 2014 de *TPM*.

Não se pode perder de vista, contudo, trabalhos como o de Giovanna Aveiro (2015), que fez uma análise discursiva da construção da singularidade feminina a partir de edições entre 2007 e 2014 de *TPM*

e de entrevistas com o público-leitor. A pesquisadora acrescenta que a revista propõe um antagonismo de diferentes formas, da crítica à “cultura machista” à “consciência da situação das mulheres”, distanciando-se dos títulos hegemônicos, a exemplo de *Claudia, Nova e Marie Claire*, e produzindo novas possibilidades, pela sua própria variedade de abordagens, o que merece também ser considerado em nossas análises.

No caso de *TPM*, é necessário admitir ainda o time de colunistas que acaba sendo mais uma tentativa da publicação de se desviar dos veículos convencionais. Assim, desde a primeira edição selecionada aqui, de 2004, até a última, de 2014, integra o time de colunistas a publicitária e psicóloga Mara Gabrilli⁸⁰.

Mara já havia posado em ensaio sensual da revista *Trip*, mas foi por sua atuação política, voltada principalmente para pessoas com dificuldades de locomoção, que ficou conhecida. É importante reforçar que o espaço assinado por ela, “Pra fechar”, encerrando as edições, representa de fato um avanço entre os meios de comunicação, ao garantir uma exposição e um poder de fala constante para uma mulher portadora de deficiência física. Além disso, a coluna tem uma importância social, já que a autora, por meio de seus textos, trata desde questões do cotidiano de qualquer um, como os imprevistos em uma viagem a trabalho, até temas bem particulares do grupo de pessoas com deficiência, como as barreiras para uma tetraplégica se hospedar na casa de amigos ou ainda a redescoberta de sua própria sexualidade. Com a escolha de Mara, *TPM* contribuiu tanto para a quebra de possíveis preconceitos como para a representatividade de um grupo que até então permanecia silenciado nos veículos voltados para as mulheres.

Integrando o time de colaboradores da revista esteve ainda João Paulo Cuenca⁸¹, que ficou à frente da coluna “Penetra” entre 2004 e 2006. O escritor, no espaço, dava vazão a crônicas referentes a situações do cotidiano. Outra colunista de destaque é Milly Lacombe⁸². Mas

⁸⁰ Tetraplégica, foi secretária municipal da Pessoa com Deficiência e Mobilidade Reduzida de São Paulo, fundou a ONG Instituto Mara Gabrilli, que apoia atletas com deficiência e outras ações, e deputada federal eleita em 2010 e reeleita em 2014. Autora de diversos livros, Mara também escreveu para veículos como o jornal *Diário de São Paulo*.

⁸¹ Na revista, é sinalizado como escritor, autor do livro *Corpo presente*, de 2003.

⁸² Apresentada em um breve currículo no rodapé da coluna como “carioca e jornalista”.

certamente não seria apenas a formação como jornalista que faria dela merecedora do espaço de uma revista que se diz na contramão das convencionais. Assim, com frequência, Milly foi enunciada nas capas como “nossa colunista gay”. Ainda que evidencie um orgulho por parte da publicação, essa caracterização não deixa de ser uma marca de diferença. Afinal, os demais colunistas não são apresentados como “heterossexuais”.

De todo o modo, Milly ficou conhecida por contar fatos íntimos, em experiências afetivas e familiares. Segundo Patricia Rocha (2007), a colunista chegou a atuar também como diretora de redação e repórter da revista, cargos dos quais se afastou em 2006, permanecendo como colunista até a última edição analisada, de setembro de 2014.

Em 2007, *TPM* evidenciou um movimento de aproximação em relação às demais revistas do setor, ao garantir a abordagem de assuntos como moda e decoração, em seções fixas. Como parte dessa tendência, Diana Corso passou a assinar a coluna “No divã”, a partir de 2007. Psicanalista e então colunista do jornal *Zero Hora*, Diana é talvez a que tenha o currículo mais próximo aos dos colunistas de *Claudia*, mantendo o seu rótulo de especialista, ou seja, uma autoridade para aconselhamento em função de seu saber médico. Mesmo assim, a passagem de Diana foi relativamente breve de modo que, a partir das edições de 2009, ela cedeu lugar para Maria Ribeiro⁸³, que esteve à frente da coluna “Respiro”. No espaço, Maria aborda tanto questões relacionadas à cultura como a sua vida pessoal. Mesmo assim, em dados momentos, foi apontada como personagem de matéria e até como protagonista de capa. Entre 2010 e 2014, os exemplares que não contaram com as colunas de Maria Ribeiro tiveram a “Nécessaire”, com Antonia Pellegrino⁸⁴ mantendo o tom intimista ao falar de suas experiências pessoais.

1.3.5 Um panorama da *TPM* atual

Por ser relativamente concisa, de modo que os exemplares contemplados entre 2004 e 2014 tiveram entre 90 e 114 páginas, *TPM*⁸⁵

⁸³ Maria Ribeiro é conhecida por seus trabalhos como apresentadora e, especialmente, na atuação e direção de filmes e documentários.

⁸⁴ Antonia Pellegrino é autora de contos e até de roteiro de novela.

⁸⁵ Enquanto a maior parte das femininas, incluindo *Claudia*, conta com uma edição por mês, totalizando 12 ao ano, *TPM* optou por, desde o início, lançar uma única edição para os meses de dezembro e janeiro, totalizando, junto

não é dividida em editoriais nos moldes de *Claudia*. De qualquer maneira, a leitora de *TPM* do século 21 encontrou algumas divisões no índice, com seções frequentes. Assim, no início de cada exemplar, além do espaço em que se destacam e-mails e comentários e chamadas para o site da revista, itens que também foram recorrentes nos exemplares de *Claudia*, há “Páginas vermelhas”, que ficou conhecida por trazer entrevistas com celebridades e pessoas da mídia. Já “Ensaio” sempre trouxe fotos de homens considerados referenciais de beleza, fossem famosos ou não. Em muitos momentos os personagens desse espaço aparecerem também nas capas das edições.

Notamos que, enquanto as edições de *Claudia* são recheadas por silhuetas femininas, visando apenas à identificação por parte da leitora, *TPM* dedica algumas páginas para a exposição das mulheres, almejando despertar o olhar de desejo da leitora. Nesse sentido, o veículo aproxima-se da lógica de um título como *Playboy*, que teve esse pressuposto de aguçar o desejo sexual por parte de seu público. Por um lado, *TPM* confere, então, um poder de ação até então privado das mulheres nos magazines do setor. Afinal, ao considerar apenas que o público deve se identificar com a mulher destacada na capa, tê-la como modelo de vida, *Claudia* não deixa de admitir uma passividade do público quanto à sexualidade a partir das imagens, o que é diferente no caso de *TPM*, que estimula que a leitora se sinta atraída sexualmente pelo homem que é destacado.

Por outro lado, ainda se trata de uma transgressão tímida, comparando-se com a própria *Trip* que, dedicada principalmente aos homens, explora de maneira muito mais explícita a sexualidade da mulher, com muito mais exposição corporal. Além disso, no caso dos ensaios sensuais, *TPM* não deixa de destacar o padrão heteronormativo de sexualidade, supondo que as mulheres seriam apenas atraídas por homens, afinal, não há ensaios sensuais de outras mulheres, no período contemplado.

Seja como for, também compuseram *TPM* a seção “Moda”, com editoriais mostrando tendências de roupas e acessórios e “Badulaque”. Esta última, dentro do espaço “Sempre em *TPM*”, foi marcada pela diagramação e papel diferenciados, elencando notas bem-humoradas sobre questões em voga. “Badulaque” traz ainda a “Não-entrevista do mês”, que critica o excesso de exposição de uma pessoa ou temática na

com as demais edições mensais, apenas 11 números ao ano. Isso talvez ocorra tanto em função da redução de funcionários pelas férias e festas de fim de ano, como pela queda de leitura no período.

mídia, reiterando-se que, por isso, a pessoa ou tema não serão abordados em *TPM* – embora, como apontou Patricia Rocha (2007, p. 53), ao promover esse espaço, a revista acabe por trazer novamente as questões a que critica à tona.

Completando o quadro de “Sempre em *TPM*” estiveram as micro-seções “Editora Convidada” e “Sacolão”. Essas seções talvez sejam as que mais se aproximem do estilo de *Claudia*. “Editora convidada”, que se manteve ao longo das edições, traz dicas de mulheres que sejam referência por sua atuação ou formação em áreas de estética ou moda, elencando novidades do setor de beleza, alimentação, com as sugestões de onde encontrar tais produtos.

No entanto, diferentemente de *Claudia*, as sugestões vêm acompanhadas de opiniões e impressões pessoais dessas editoras, em primeira pessoa, reforçando o já mencionado jornalismo em primeira pessoa. Já “Sacolão”, existente até o final de 2006, trouxe dicas variadas de produtos – ao estilo catálogo – e práticas estéticas. Vale destacar, porém, que por vezes foram sugeridas práticas alternativas como, por exemplo, atividades ao ar livre em vez da malhação nas academias. Houve ainda a seção “Perfil”, trazendo histórias de vida de mulheres famosas ou não. A seção que circulou até 2006 voltaria a aparecer nas edições selecionadas de 2012 em diante, embora em um caráter mais aprofundado, com mais detalhes nas biografias em questão.

Na edição de dezembro de 2006, *TPM* anunciou novas seções e, a partir daquele número, decoração, moda, beleza e viagem, teriam espaço garantido em “Magazine”⁸⁶, enunciando uma aproximação com as concorrentes do setor. O índice passou a contar ainda com “Bazar”, trazendo dicas e entrevistas e depoimentos sobre filmes, livros e ações relacionadas ao meio cultural, e Amigo-da-amiga/ Amiga-da-amiga⁸⁷, com breves biografias de pessoas, famosas ou não, que se conhecem ou têm algum tipo de relação, em mais uma iniciativa para destacar experiências de vida variadas, inclusive de pessoas comuns.

⁸⁶ A seção “Magazine” englobou a antiga seção “Sacolão” e foi emendada à de “Moda”. Em 2010, o nome dessa seção deixou de existir, mas foram mantidas as subseções de moda, beleza, decoração e arquitetura, no referido estilo de “catálogo”, com opções de produtos.

⁸⁷ A seção deixou de aparecer após edições de 2010.

Figura 13 - Índice de *TPM* de 2012.



Fonte: TPM, ago., 2012, p. 16.

Quanto às questões gráficas, podemos dizer, em linhas gerais, que *TPM* mudou pouco entre 2004 e 2014. A revista sempre adotou um tom bem-humorado também na sua identidade visual, com montagens inusitadas mesmo nas matérias de capa, o que será examinado. A ousadia garantiu páginas que fogem muito do padrão mais sóbrio adotado por *Claudia*. De todo modo, é possível notar uma produção ainda mais elaborada principalmente após 2008, quando se adotam novas fontes de letras, o índice assume um formato mais moderno e as capas passam a trazer figurinos mais sofisticados, em comparação com os anos anteriores.

Acrescentamos, portanto, que há uma preocupação de *TPM* em se manter diferenciada nas seções e formatos, o que observaremos especialmente nas capas, no próximo capítulo. Mesmo assim, esses esforços não evitam que, eventualmente, esbarre no “padrão *Claudia*” nas construções textuais e nas suas delimitações de um “ser mulher”.

1.3.6 As revistas feministas on-line e *AzMin*a

Em resposta às conhecidas recomendações de beleza e até à falta de representatividade nos grandes títulos da mídia impressa, nos últimos anos, despontam revistas independentes, de cunho feminista, atuantes na

internet. Para Ana Beatriz da Silva⁸⁸ (2017, p. 28), a internet facilitou o processo de produção de conteúdos alternativos àqueles dos grandes grupos editoriais, mobilizando “a luta política de um determinado grupo” ou mesmo fazendo “circular a produção de representações fora do circuito institucionalizado do mercado”. Se os blogs⁸⁹ estiveram entre as primeiras iniciativas com esse viés, as revistas eletrônicas que eclodem a partir de 2014 vêm se consolidando como “estratégia de confronto aos modelos de feminilidade” e como “uma arma política para as mobilizações do feminismo” (SILVA, 2017, p. 4). Entre as revistas eletrônicas de destaque estão: *Capitolina*, *Lado M*, *Portal Catarinas* e *AzMina*⁹⁰.

Voltada para as adolescentes, *Capitolina* foi criada por jovens que não se sentiam representadas na mídia e pretende ser “acessível e inclusiva, sem restrições de classe social, raça, orientação sexual, aparência física, ou qualquer outra forma de interesse” (CAPITOLINA, 2017). Já *Lado M*, lançada em 2014, define-se como “conteúdo para o empoderamento feminino”, tratando de comportamento, viagens, moda, entretenimento, cultura *pop* e esportes, sempre sob a perspectiva da pauta feminista. Atingindo especialmente mulheres jovens, na faixa etária entre 18 e 24 anos, *Lado M* também promove campanhas, consultorias e palestras (LADO M, 2017).

O *Catarinas* surgiu em 2016 como um portal de notícias especializado em gênero e feminismo. A iniciativa, lançada com o apoio de uma campanha de financiamento coletivo na internet, abarca a produção de conteúdos, a curadoria de informações e a observação de debates públicos sobre as temáticas (CATARINAS, 2017). Em suas abordagens, o portal, que tem a intenção de abarcar os direitos humanos com foco nos direitos das mulheres, conta também com um amplo time de colonistas.

⁸⁸ A pesquisadora destaca, em sua dissertação, diversas iniciativas feministas contemporâneas, dos blogs às revistas eletrônicas *Capitolina*, *Lado M* e *AzMina*, abordando também as campanhas nas redes, relacionadas a reivindicações feministas (SILVA, 2017).

⁸⁹ Entre os blogs de direcionamento feminista, Silva (2017) destaca *Escreva Lola, escreva*, existente desde 1998; *Blogueiras Negras*, existente desde 2010, e *Lugar de Mulher*, que surgiu em 2014. A essa lista também poderíamos acrescentar o *Blogueiras Feministas*, de 2010.

⁹⁰ Entre os canais mais recentes de caráter feminista também se destaca o *Geledés – Instituto da Mulher Negra*. O site é uma iniciativa da organização de mesmo nome, que prevê o combate ao racismo, sexismo, a violência contra a mulher e a homofobia.

Mas é na revista on-line *AzMina* que pretendemos nos ater. Pela seleção de assuntos e pelo próprio formato e estruturação, entre esses novos magazines digitais, *AzMina* parece ser a que mais se aproxima de *TPM* ou até de *Claudia* – embora não especifique a que faixa etária ou classe social se destine. Tanto que é colocada no *hall* das revistas femininas, o que se nota na matéria “Publicação digital *AzMina* quer reformular o conceito de revista feminina⁹¹”, de *O Globo*, de 2015. Ao mesmo tempo, *AzMina* aponta, desde o seu surgimento, para algumas propostas distintas no que se referem aos discursos voltados para as mulheres, requerendo comparações com os conhecidos títulos impressos.

Enquanto *Claudia* e, principalmente, *TPM* flertam com a pauta feminista, *AzMina* declara-se a “maior revista de feminismo para mulheres adultas do país” (QUEIROZ, 2017b). Portanto, a diferença de abordagens é inevitável, não apenas pelas distinções de suporte, já que *AzMina* existe só na internet, como porque as pautas feministas estão no cerne do magazine on-line. De todo modo, precisamos averiguar, posteriormente, quais são os distanciamentos e as aproximações entre *AzMina* e suas concorrentes de papel, considerando que, na verdade, as três transitam, em determinados momentos, entre referências de um “ser feminista” e um “ser feminina” – embora em escalas variáveis. Para aprofundarmos nos debates, no entanto, é necessário olharmos com mais atenção, inicialmente, para o que vem sendo trazido no papel.

⁹¹ A matéria do *Globo*, de setembro de 2015, apresentou a revista que seria lançada naquela semana e destacou a proposta de dialogar com todas as mulheres e de se distanciar dos títulos tradicionais. O texto ainda trouxe o depoimento de Nana Queiroz, fundadora de *AzMina*. Disponível em <<https://oglobo.globo.com/sociedade/publicacao-digital-azmina-quer-reformular-conceito-de-revista-feminina-17360634>>. Acesso em 09 out. 2017.

2 ESPAÇOS DE CAPA: PADRÕES E PRODUÇÕES DE SENTIDO NO PAPEL

2.1 AS CAPAS E SEUS ATRATIVOS

Não foi só o sorriso frouxo da apresentadora Ana Hickmann, acompanhado da chamada “Kit verão: mais magra, mais ágil, mais durinha, mais linda”, na primeira página de *Claudia* de outubro de 2005, e nem só o bumbum arrebitado de Gaby Amarantos, na *TPM* de agosto de 2012, junto com chamada “Eu não visto 38. E daí?”, que fizeram dezenas ou centenas de milhares de pessoas comprarem uma revista ou outra. Mesmo assim, como sabemos, a capa é uma importante ferramenta para a compra das publicações.

Figura 14 - Capa de *Claudia* com a apresentadora e modelo Ana Hickmann.



Fonte: CLAUDIA, out., 2005.

De acordo com o que destacou Carolyn Kitsch (2001, p. 5-6), em pesquisa voltada para o contexto norte-americano, desde o final do século 19 as capas despontam como uma promessa das publicações e, portanto, precisam ter impacto e atrair a maior quantidade possível de pessoas. E, se as figuras femininas foram predominantes nas manifestações artísticas mesmo antes da cultura de massa, em estátuas, pinturas e etc., como recordou ainda Kitsch (2001), na era atual, elas se multiplicam nas privilegiadas primeiras páginas dos veículos impressos.

Não se pode perder de vista, então, que as imagens das capas das publicações envolvem padrões sociais e, mais especificamente, padrões estéticos – passando, inclusive, pelo corpo e pela moda. Em sua obra *História da Beleza* (2003), Umberto Eco atestou que as concepções de beleza variam conforme o período e a cultura, embora algumas regras valham para todos os povos e séculos. O belo, como pontua ainda o autor, será sempre ligado ao bom, sendo não apenas o que agrada aos

olhos, mas o que gostaríamos de possuir. E, afinal, quem do século 21 não gostaria de “possuir”, ter para si ou ter como seu, o corpo da modelo Gisele Bündchen ou da atriz Grazi Massafera, que tanto estampam as revistas em papel?

Como não poderia deixar de ser, os próprios discursos das revistas vão influenciar no que se gostaria de “possuir”. E, considerando ainda as associações históricas entre o corpo das mulheres e o belo e entre o corpo das mulheres e o visual, entendemos por que as imagens femininas são um dos recursos fundamentais no caminho para despertar o interesse por um magazine.

Richard Miskolci (2006, p. 688) ressalta que o corpo da mulher “é construído, assim como sua subjetividade, para um outro a quem deve agradar”, enquanto o “corpo do homem e sua subjetividade” – ao menos se pensarmos no homem heterossexual – “são construídos para o domínio de si e do outro, para a constituição de uma relação de oposição com o mundo, com as pessoas e até mesmo com amigas/os e parceiras/os amorosas/os”. De acordo com o que propõe, as “tecnologias corporais são, portanto, tecnologias do gênero, pois conformam as pessoas a formas corporais socialmente compreendidas como masculinas e femininas (MISKOLCI, 2006, p. 688). Todo o processo, seguindo ainda o que diz o autor, das atividades físicas à dietética, não deixa de ser a procura por uma materialização das representações sociais sobre o feminino e o masculino (MISKOLCI, 2006). Representações essas que se manifestam, obrigatoriamente, nos meios de comunicação e, de maneira peculiar, nos veículos destinados às mulheres. Nesse sentido, as capas das revistas podem sinalizar o que as mulheres entendem por beleza ou devem considerar belo. Mas as capas podem, igualmente, se referir ao que se entende por feminilidade, a partir dos corpos elencados e de seus recursos.

Considerando aspectos históricos, ao analisar capas com ilustrações – que mais tarde foram substituídas por fotos –, de revistas dos Estados Unidos entre 1895 e 1930, Carolyn Kitsch (2001) percebeu, obviamente, padrões de beleza, questões relacionadas a um gênero e outro e aspectos sociais e históricos. A estudiosa destacou não só a figura da mulher dentro de casa, mas também em situações de maior liberação, protagonizando cenas esportivas ou no ambiente escolar. A suposição de mulher sexualmente livre havia ganhado espaço, porém, sem perder sua carga de ameaça para os homens, em uma ideia de “mulher fatal”, longilínea mas com curvas, que emergia naquele início de século 20, quando as reivindicações pelo direito ao voto também despontavam. Aos poucos, segundo Kitsch (2001), as figuras

denunciaram os padrões de consumo típicos da “família americana” e o estilo de vida da classe média.

Fosse a mulher fatal ou a “madona”, dona do lar, foram vários os estereótipos relacionados a referenciais de vida e beleza, e os ideais de feminilidade, existindo simultaneamente, que partiram das capas para outros meios, como os anúncios publicitários. O fato é que, seja por meio de um modelo de postura ou outro, as mulheres se tornaram o foco da atenção das imagens nos meios de comunicação, herdando uma posição de passividade tão recorrente nas artes visuais, como destacaram autoras a exemplo de Linda Nochlin (1988). Para ela, a ideia de mulher como objeto de olhar e como incapaz de entender as estratégias sofisticadas da alta cultura e de responder aos discursos estéticos, ou seja, incapaz de ser produtora de arte, tem sido mantida em um universo artístico cultural e acadêmico dominado pelo poder masculino e por atitudes patriarcais.

Como ela segue afirmando, em um mundo onde a estrutura de poder operasse de modo que homens e mulheres seriam representados vestidos ou não vestidos, em uma variedade de poses e posições sem quaisquer implicações de dominação ou submissão, ou seja, em um mundo de total e inconsciente igualdade, o nu feminino não seria problemático, mas, “no nosso mundo, é” (NOCHLIN, 1988, p. 30).

Ampliando essas discussões, se há a exposição compulsória do corpo feminino nas obras destacadas pelos museus, de maneira muito mais sistemática do que a exposição das próprias obras de mulheres, isso contribui, em certa medida, para que as mulheres sigam sendo designadas como aquelas que aparentam e não como agentes, como suspeitou John Berger (2010), já na década de 1970.

Tratando do cinema narrativo tradicional, Laura Mulvey (2011, p. 124) também destacou, no final da década de 1990, que, em um contexto configurado por assimetrias sexuais, “o prazer de olhar polarizou-se entre ativo/homem e passivo/mulher”. Como afirmou a autora, no cinema, as mulheres são simultaneamente olhadas e expostas, com a aparência codificada para “provocar forte impacto visual e erótico, de tal maneira que possam ser conotadas com a qualidade de serem olhadas” (MULVEY, 2011, p. 124). Segundo a autora, quanto ao potencial *voyeurista*, diferentemente do *striptease*, do teatro ou de outros espetáculos, o cinema não só reforça essa qualidade da mulher como alvo do olhar, mas ainda aponta como ela deve ser olhada no espetáculo.

Nesse sentido, podemos admitir, inclusive, algumas aproximações com as revistas, que igualmente propõem como a mulher

deve ser vista. E, se os filmes se valem de montagens e alterações de planos nesses processos, as revistas igualmente lançam mão de recursos próprios, na construção de imagens, nessas atribuições, como pretendemos abordar.

Enfim, as mulheres retratadas tanto nas capas dos conhecidos títulos das revistas masculinas – como evidente objeto de desejo – como nas capas das tradicionais revistas femininas – como modelo a ser copiado –, não deixam de reforçar, então, edição por edição, a figura feminina como alvo do olhar e a sua ligação com a beleza e a sensualidade. Para Umberto Eco (2003, p. 425-426), os *mass media* ocidentais foram, especialmente após a década de 1960, totalmente democráticos, não oferecendo um ideal único de “belo”, mas recuperando experiências de vanguarda e oferecendo modelos de várias décadas anteriores. Segundo ele, não é possível eleger um ideal estético do século 20, chegando-se a uma “orgia da tolerância”, com um “sincretismo total” e um “politeísmo da beleza”. Nossos debates vêm sugerindo, no entanto, que não se trata de tanta tolerância assim, afinal.

Gilles Lipovetsky e Jean Serroy (2015, p. 357) seguem na mesma direção de Eco ao falarem de uma “glocalização” da beleza na atualidade – sempre personificada pelas mulheres –, com um pluralismo que leva ao reconhecimento de belezas negras, asiáticas e mestiças no cinema, na publicidade e nas passarelas de moda. No entanto, os autores alertam que essa constatação não deve levar a perder de vista o domínio crescente e planetário dos padrões estéticos ocidentais, relativos ao rosto e ao corpo. Assim, “é quando o Ocidente deixa de ser o centro hegemônico da economia mundial que se impõem, nos quatro cantos da Terra, seus cânones e suas práticas estéticas ilimitadas” e é quando as “raízes” culturais e “etnicidades” são glorificadas que triunfa em todo o globo o mesmo padrão de beleza (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 358).

Concordamos, então, com Ella Shohat e Robert Stam (2006, p. 20), para quem “os traços residuais de séculos de dominação europeia axiomática dão forma à cultura comum, à linguagem do dia a dia e aos meios de comunicação, engendrando um sentimento fictício de superioridade nata das culturas e dos povos europeus”, atingindo também os padrões de beleza.

Na tentativa de enumerar explicações do porquê da “diferença” ser tão importante, Stuart Hall (2010) resgata, entre outras, justificativas da linguística de Saussure e do uso da linguagem como modelo de funcionamento da cultura. Por essa via de pensamento, a diferença importa porque só assim podemos construir significados, ou seja, a

partir de um diálogo com o “outro”. Dessa forma, o que quer dizer ser “britânico”, “russo” ou “jamaicano”, por exemplo, não pode ser controlado em sua totalidade seja pelos britânicos, russos ou jamaicanos, mas sempre está em negociação e diálogo entre essas culturas nacionais e seus “outros” (HALL, 2010, p. 420-421). Nesse sentido, o “outro” é fundamental na constituição de si mesmo e, nesse jogo de fronteiras simbólicas, marcar a diferença é estigmatizar qualquer coisa que seja “anormal” ou “impura”.

Hall (2010, p. 423) destaca ainda como a diferença é “ambivalente”, pois ela é necessária para a produção de significado, para a formação da linguagem e da cultura, assim como para a formação de identidades sociais e de um sentido de si mesmo. Por outro lado, a diferença é ameaçadora, um sinal de perigo e de sentimentos negativos e de hostilidade. Nesse processo, como disse, em outro trabalho, o autor, agem os estereótipos, como redução, essencialização e naturalização que fixa a diferença, separando o normal e aceitável do anormal e inaceitável (HALL, 1997).

Homi Bhabha (2013) fala da necessidade de se partir para uma compreensão dos processos de subjetivação que se tornam possíveis e plausíveis por meio dos discursos dos estereótipos. Seguindo nessa intenção, como um ponto de partida para desfazer mecanismos de diferenciação e estereotipia que fundamentam a subjugação de determinados grupos, é preciso voltarmos o olhar para as recorrências nas capas de revista, para seus padrões estéticos, enfim, para as narrativas relacionadas à(s) “mulher(s) do século 21”.

2.1.1 As imagens no contexto atual

Ao analisar as imagens na conjuntura atual, Richard Miskolci (2006, p. 689) considera os aparatos visuais midiáticos como ferramentas para a promoção de modelos de vida e de aparência, da musculação às dietas. Esses modelos seriam a parte visível de um assujeitamento maior, fazendo dos corpos e identidades “objetos narcísicos, veículos do isolamento e da constituição de laços superficiais entre as pessoas”, em um culto de si que não se diferencia da intensa busca de si mesmo no outro.

Embora não seja possível negar a carga de assujeitamento desses mecanismos atuais, concordamos mais com Michel Maffesoli (1995, p. 17), que fala de um “mundo imaginal” esboçado diante de nossos olhos, com as diversas manifestações de imagem, do simbólico, do imaginário e do jogo de aparências ocupando um lugar primordial. Para o autor,

trata-se de um estilo estético que eclode em decorrência do que seria uma “subjetividade de massa”, focada no emocional, no sentimento partilhado e na paixão comum, enfim, sentimentos dionísicos que remetem ao presente. Nesse sentido, a dietética, a indumentária, as atividades esportivas, e até a imprensa mostram que se embeleza o corpo “por um lado, sob o olhar do outro, e, por outro, para que seja visto pelo outro”, portanto, o autor fala de um “hedonismo tribal” (MAFFESOLI, 1995, p. 56). De qualquer forma, há um individualismo nesse processo, especialmente quando se considera que é esse corpo devidamente trabalhado e dentro dos padrões, tão reproduzido nas imagens, que teria o *status*, o “passe-livre” para os lugares sociais de privilégio, facilitando para se chegar a determinadas posições de sucesso na sociedade.

Seja como for, ainda segundo Maffesoli (1995, p. 35), a imagem é consumida coletivamente e, servindo de fator de agregação, ela permite perceber o mundo – ou os fragmentos dele. Além disso, para o autor, mesmo que a imagem possa servir para apropriação política, ela tem, acima de tudo, uma função mitológica, favorecendo o mistério. Em suma, então,

a imagem – do imaginário popular às imagens imateriais, passando pelos quadrinhos – sempre foi um lugar de refúgio, uma maneira de viver a dissidência, a expressão dessa utopia, sempre renovada, que é a busca de uma sociedade perfeita ou, pelo menos, de uma sociedade onde o peso do constrangimento e da necessidade seja menor. Onde os sonhos, os desejos e as fantasias que ela não deixou de suscitar, dos quais sempre desconfiaram todos os poderes, eclesiásticos, políticos e intelectuais. (MAFFESOLI, 1995, p. 138)

Ou seja, apesar de serem um meio de reforço a normas e maneiras de assujeitamento e com um caráter imperativo, como supomos também a partir das revistas, as imagens se tornam um recurso para a sociabilidade nascente, para o desejo de compartilhamento em vigência e fazem parte do contexto atual, que valoriza o prazer, as possibilidades de fantasia, bem como as faculdades oníricas e lúdicas. Portanto, seguindo na proposta do autor italiano, a multiplicação das imagens é um aspecto de uma cultura estética.

Ao mesmo tempo, não se perde de vista que as imagens são justamente um vetor de contaminação desses mesmos valores estéticos

para todo o conjunto da vida social. Na nossa visão, os referenciais imagéticos da mídia são, dessa forma, traço de individualismo, mas também parte de um contexto social, um difusor de ideais, ou um hedonismo compartilhado, como destacou Maffesoli (1995), que privilegia a busca pelos prazeres e vê no culto ao corpo, com seus aparatos, e na sua exposição uma forma de interação e divertimento e uma promessa para o sucesso e para a felicidade.

Sobre as mulheres, isso se dá de maneira peculiar e certamente mais incisiva. Naomi Wolf (1992, p. 18) falou do “mito da beleza”, que se delimitou especialmente com o desenvolvimento industrial, a urbanização e o sistema de fábricas, automatizando a esfera da domesticidade. Afinal, será com a expansão da classe média, com as melhorias nas condições de vida, com a diminuição do tamanho das famílias, aliadas ao aumento da alfabetização, que as mulheres se tornarão mais suscetíveis a esse mito por estarem mais “ociosas” – entre outras porque, como se sabe, as obrigações com a casa e com os filhos historicamente manteriam uma carga de ocupação para as mulheres.

Enfim, para a autora, o mito se delimita como uma ficção social que as liga ao ambiente doméstico e as obriga a gastar energia e inteligência de forma inócua. Assim, o tradicional “belo sexo” agora se torna necessariamente e sempre belo, com a reprodução contínua dos modelos a serem seguidos em imagens da publicidade, do cinema, da fotografia e, como não poderia deixar de ser, das revistas femininas. Para Wolf (1992), ao aprisionar as mulheres ao constante aprimoramento do próprio corpo, o mito da beleza reitera o poder institucional masculino na sociedade. Apesar de não admitirmos aqui tanto caráter negativo às normas estéticas e nem tanta força de doutrinação às imagens dos meios de comunicação – afinal, há também prazer por parte do público no consumo desses produtos e, como destacam as perspectivas foucaultianas, sempre há possibilidades de resistência a formas de poder –, é inegável a importância dos questionamentos de Wolf (1992).

Ao se debruçar sobre os folhetins argentinos entre 1917 e 1925, Beatriz Sarlo (2011) diz que, comparado com a vida das leitoras da época, o mundo das narrações era mais sedutor, com as mulheres sendo mais bem tratadas, seus sentimentos mais importantes para os homens, seus gestos e inclinações, mais respeitáveis. Podemos supor que o mesmo ocorre em relação às narrativas das revistas femininas brasileiras, especialmente as impressas, do século 21. Afinal, em se tratando de *Claudia* e *TPM*, tanto uma leitura casual – apesar dos imperativos de aparência e comportamento – como até um olhar mais

crítico nunca se desvinculam totalmente do entretenimento, promovido pelos textos leves e pelo *glamour* das produções.

Vale ressaltar ainda que há toda uma configuração que trabalha no sentido de promover uma auto-projeção da leitora naqueles discursos, o que aumenta o interesse pelo que é apresentado. Do mesmo modo, como presumimos, há uma associação que vem sendo renovada há décadas entre mulheres e aqueles assuntos de comportamento, moda, beleza, e a correspondência a essas preferências contribui para a promoção de um bem-estar. Ora, corresponder às expectativas sociais, enquadrar-se no que é proposto por uma revista tão conhecida não deixa de transmitir uma sensação de pertencimento, um prazeroso sentimento de se encontrar ou de estar no lugar certo, ser da maneira certa. Mas o que, afinal, seria esse “certo”? E o que poderia significar estar no *hall* do “errado”, no lugar do que não é exaltado ou no lugar do que é depreciado, em alguma medida? Não estariam as revistas, por meio de suas páginas, promovendo um cuidado constante para não se resvalar para esse grupo do que não merece destaque?

Portanto, acreditamos que seja importante olhar para os espaços das capas impressas – com um papel fundamental sendo conferido a suas imagens – tendo em mente que não se trata apenas de tiranas formas de assujeitamento ou fontes de insatisfação constante consigo mesma. Do mesmo modo, não são somente simples retratos da alegria e do encantamento do que é ser mulher na atualidade. Como defendemos, não é um processo simples ou estanque.

Gilles Lipovetsky (2015) fala na vigência, na atualidade, de um “capitalismo de sedução” ou “capitalismo artista”, que teria o foco nos prazeres dos consumidores por meio das imagens e dos sonhos, das formas e dos relatos. Ele menciona três fases desse capitalismo, com a primeira emergindo até a Segunda Guerra Mundial, e o surgimento de lojas de departamento, publicidade, cinema, indústria musical; a segunda abarcando as décadas entre 1950 e 1980, com a extensão da lógica artista para o *design*, a moda e a publicidade; e, finalmente, a terceira fase, referente aos últimos 30 anos, com as verdadeiras “multinacionais da cultura” e a “planetarização do sistema artista” (LIPOVETSKY, 2015, p. 228). Para o estudioso, chegou-se em um momento em que a arte não se limita mais às obras de museus ou galerias, ela se alia ao comércio, à indústria, ao divertimento do maior número possível de pessoas.

Indo além disso, para ele, está-se diante de uma sociedade estética hipermoderna, que não se reduz a um sistema dominado por uma produção de massa de bens impregnados de valor estilístico e

emocional e nem só por um consumo hedonista de produtos culturais, mas se caracteriza igualmente pela promoção de um ideal de vida. Trata-se ainda da promoção de uma “estética específica”, baseada nas “fruições do presente, na renovação das vivências, no divertimento perpétuo” em uma “estética estetizada da vida” (LIPOVETSKY, 2015, p. 387).

Seja como for, como aspecto fundamental nessa conjuntura, as imagens transmitem não só informação como também emoção. Segundo Georges Didi-Huberman (2012), nunca a imagem se impôs com tanta força no nosso universo estético, técnico, cotidiano, político, histórico e, do mesmo modo, ela nunca sofreu tantos dilaceramentos, reivindicações contraditórias, rejeições cruzadas, manipulações imorais e execrações moralizantes. O fato é que essa proliferação de imagens culminou com um constante aperfeiçoamento dos recursos gráficos e imagéticos nas revistas, o que certamente aumenta as chances de se fazerem críveis e de transmitirem suas mensagens com mais eficácia.

Referindo-se à análise de imagens, Peter Burke (2004) destaca: as imagens dão acesso não ao mundo social diretamente, mas a visões contemporâneas daquele mundo, o que reforça, portanto, a necessidade de se considerar quem são seus produtores e em que contexto são produzidas. Uma análise confiável supõe ainda, segundo ele, que se leve em conta um conjunto de imagens – e não apenas materiais individuais –, bem como o estudo de detalhes significativos, como presenças e ausências em determinado enquadramento.

Assim, não basta descrever como a atriz Mariana Ximenes estampa o exemplar de junho de 2008 de *Claudia* e nem basta destacar a pose da cantora Daniela Mercury e sua namorada Malu Verçosa na edição de junho de 2013 de *TPM*, por exemplo. É preciso levantar hipóteses sobre o que fez com que as revistas trouxessem, em seus espaços de mais destaque, essas personalidades, e não outras.

Quanto às primeiras páginas, não é difícil perceber a recorrência dos corpos magros e brancos. Desse modo, considerando questões de raça e representatividade, é preciso admitir o que a frequência dessas mulheres brancas e magras nas capas pode dizer sobre a ausência das mulheres negras e gordas nesses meios de comunicação. Enfim, de maneira geral, quais são os discursos trazidos pelas personagens e o que dizem suas posturas, cenários e suas roupas? Ou ainda, o que se pode aferir a partir desses modelos elencados repetidamente?

Obviamente, as capas e as revistas como um todo consideram interesses mercadológicos e têm como função atingir o maior número possível de leitoras. Portanto, levam em conta pesquisas, referendadas

nos *Mídia Kits* e nos levantamentos de público. Esse conhecimento sobre as leitoras tem a intenção de prever os assuntos de interesse – com páginas financiadas por anúncios também direcionados – e aumentar as chances de aceitação do que é publicado. Porém, o que estamos colocando é que as publicações integram um contexto histórico e social.

Desse modo, por um lado, é possível justificar que *Claudia* e *TPM* colocam em destaque com frequência Grazi Massafera, por exemplo, porque as pesquisas de público puderam sinalizar um grupo de leitoras capaz de se identificar, por sua faixa etária, com essa celebridade. No entanto, por outro, nem tudo se resume a esses levantamentos, de modo que a aceitação de Grazi, com aquele corpo específico, com aqueles depoimentos, faz sucesso em função de uma determinada configuração social, que chega, inclusive, a eleger modelos tão distantes da população brasileira em relação à aparência. Assim, a primeira página da atriz sorridente, referindo-se a um determinado estilo de vida, em um veículo ou outro, não pode ser justificado apenas pelos números de mercado. Mas, antes, reflete comportamentos e padrões que são socialmente valorizados e simbolicamente construídos.

Enfim, as estruturas visuais não simplesmente reproduzem as estruturas da “realidade”, como colocam Gunther Kress e Theo van Leeuwen (2006, p. 47). Porém, produzem imagens de realidade que trazem os interesses das instituições sociais. As imagens são produzidas, circuladas, lidas seguindo esses interesses. Portanto, elas carregam uma dimensão semântica importante e que precisa ser considerada, ou seja, as “imagens são ideológicas”⁹² (KRESS; LEEUWEN, 2006, p. 47).

Em estudo de 2005 que considerou imagens publicitárias de nove revistas portuguesas que circularam em agosto de 2001, Silvana Mota-Ribeiro (2005, p. 663-664) reforçou que essas imagens publicitárias podem estar “agarradas” a uma ideologia que prevalece naquela cultura, “tendo a capacidade de mostrar as mulheres não necessariamente como se comportam de fato, mas como a sociedade aprendeu a pensar que se comportam”. Assim, observar as capas de revistas pressupõe considerações sobre os recursos técnicos e de linguagem utilizados, mas também, e de forma contundente, considerar as questões simbólicas.

⁹² No original, Kress e Leeuwen (2006, p. 47) afirmam: “*visual structures do not simply reproduce the structures of ‘reality’. On the contrary, they produce images of reality which are bound up with the interests of the social institutions within which the images are produced, circulates and read. They are ideological.*”

Além disso, como essa forma de comunicação, a visual, toma lugar em estruturas inevitavelmente marcadas por diferenças de poder, as desigualdades acabam sendo manifestadas em seus discursos. O que é defendido aqui, portanto, é olhar para esses mecanismos das revistas que, além de representar regras de mercado, contribuem para que modelos bem determinados de mulher sejam exaltados a todo o momento.

Há de se pontuar ainda a responsabilidade dos meios de comunicação na formação de público e na influência do que esse público pode achar belo ou não. Essa preocupação fica evidente nas revistas, que trazem informações que vão desde como conquistar um bom emprego a como não ficar infeliz com o próprio corpo. Por que, então, tal preocupação não deveria passar sobre que públicos estão sendo representados, ou ainda, o que se representa de público e a que público se fala ou não?

Nestas discussões, então, juntamente com obras dos estudos culturais e dos estudos feministas, a intenção é considerar a metodologia de Gunther Kress e Theo van Leeuwen (2006), e trabalhos como os de Silvana Mota-Ribeiro (2005; 2010) que seguiram as diretrizes desses dois autores. Pretendemos ainda levar em conta questões de aparência e de moda, ao tratar das capas, abarcando autores como Roland Barthes (2009). Além disso, pretendemos partir para constatações quanto à representatividade de determinados modelos de mulher, atendendo-se à necessidade que emergiu desde os primeiros olhares sobre as revistas, que apontavam para uma homogeneidade das figuras representadas, especialmente quanto a peso e raça.

2.1.2 A gramática do *design* visual e a sócio-semiótica

Além de ferramenta para atrair o público, como vem sendo colocado, o espaço de capa é um meio no qual se manifestam questões culturais. Isso faz com que seja necessário considerar essas imagens como manifestação de uma ordem social de gênero, requerendo um olhar para o funcionamento dos seus discursos e para o modo como adquirem significado e aceitação social. Esperamos questionar, portanto, no caso das duas revistas femininas impressas, como a mulher é representada e quais são os recursos usados na produção das capas. Ou ainda, o que os destaques e os silenciamentos dos dois títulos impressos podem expressar da sociedade brasileira do século 21.

Jesús Martín-Barbero (2013) afirma que os meios de comunicação se constituem como espaços-chave de condensação e

intersecção de múltiplas redes de poder e produção cultural, o que converge para a ideia do espaço de capa como um trampolim de formas valorizadas de corpos femininos e como um lugar que pode dizer muito não só sobre a mídia, mas também sobre formas de vida e maneiras de enxergar o mundo.

Somando-se a isso, acreditamos que analisar as mensagens e os recursos de capa pode fazer parte de uma proposta de resistência em relação ao que é colocado nos meios de comunicação. Afinal, a abundância de figuras femininas nas capas e nas páginas não significa, necessariamente, nem que se propõe a liberação da mulher na sociedade e muitos menos significa que é garantida a representatividade de individualidades diversas. Nesse sentido, não se perde de vista uma abordagem feminista nestas análises.

Como forma de complementarmos os debates, nos apoiamos na gramática do *design* visual ocidental de Gunther Kress e Theo van Leeuwen (2006) que, segundo Danielle Almeida (2008), advoga no sentido de conscientização das imagens como códigos dotados de significado potencial, imbuídos de estruturas sintáticas próprias. Para a compreensão desses códigos, a consideração dos contextos sociais e históricos torna-se fundamental, o que vai ao encontro das discussões que vêm sendo propostas. Desse modo, em suas obras, Kress e van Leeuwen (2001; 2006) têm como suporte a sócio-semiótica, como teoria interessada no significado, em todas as suas formas, gerado nos contextos e nas interações sociais. Ou seja, o social é a fonte, a origem e o gerador desse significado.

A intenção aqui não é realizar um inventário sistemático como propuseram esses autores e nem como estabeleceu Roland Bathes (2009) em suas análises sobre a moda. O que pretendemos é contar com métodos empregados por esses autores como ferramentas que possam ser aliadas nas discussões que têm como eixo norteador as mulheres na revista e, portanto, os estudos feministas e os estudos culturais.

Na verdade, Theo van Leeuwen (2005) acrescenta que o novo foco da semiótica justamente se concentra em não apenas considerar os signos mas em admitir como as pessoas usam os recursos semióticos para produzir artefatos e eventos comunicativos, interpretando-os no contexto de situações sociais específicas e práticas. Por essa perspectiva, o espaço de capa da revista só pode ser entendido à luz do contexto social em que ela é produzida e no qual seus produtores estão inseridos, como já vem sendo sinalizado, o que pode abarcar uma série de interpretações, considerando as dinâmicas sociais.

Figuras 15 e 16 - Capas de *TPM* com Daniela Mercury e Malu Verçosa, e com Thiago Lacerda e Vanessa Lóes.



Fonte: TPM, jun., 2013.

Quando se tem, por exemplo, a referida capa da edição de junho de 2013 de *TPM*, com uma foto de efeito desfocado em que a cantora Daniela Mercury e sua namorada Malu Verçosa se beijam, com a chamada “Malu Verçosa e Daniela Mercury, o casal que abalou o Brasil, soltam o verbo: ‘por que temos que lidar com idiotas falando em cura gay?’”, é possível interpretar que o destaque ao casal não deixa de ser uma homenagem. Ou ainda que, na oposição entre as duas e os “que falam em cura gay”, Daniela e Malu são colocadas em um lugar de respeito, escancarando o próprio amor na mesma capa que explicita que aqueles que propõem uma cura a elas, como gays, são “idiotas”. Também é possível considerar que se trata de uma provocação de *TPM* ao colocar pioneiramente duas mulheres se beijando, na primeira página de uma revista feminina – esse caráter de enfrentamento é endossado, na imagem, pelo olhar de uma para outra, em uma reação transicional, e não para a leitora, e pelo ângulo oblíquo, com as duas na lateral. É possível ainda considerar que a capa pode até suscitar raiva, no caso de um consumidor homofóbico. Além disso, diante da cena, poderia ser possível simplesmente aferir que a máquina fotográfica estava com problemas técnicos, já que a foto está desfocada.

Ao mesmo tempo, o impacto desse clique que traz a carícia entre duas mulheres na primeira página só ocorre em uma sociedade que ainda admite que, em alguma medida, a cena está fora do considerado “normal”, comum, ou seja, em um contexto que permanece reiterando a heteronormatividade, de modo que até a falta de foco, interferindo na modalização da imagem, pode ser vista como uma forma de atenuação da cena, ou apenas mais um recurso de inovação que sugere intimidade, como se fosse um flagra feito pelo veículo. A capa não deixa de ter

também um interesse mercadológico, prevendo chamar a atenção de mais leitoras, gays ou não, promovendo uma espécie de choque ou a concordância de quem a observa. Há, então, uma série de interpretações e aferições que podem ser feitas a partir de uma única cena, tendo como base um dado contexto.

Ampliando as discussões, se, como já foi colocado, o primeiro editorial sinalizaria que *TPM* seria voltada para as mulheres “prontas para viagens de todos os tipos, sem culpa com relação ao consumo, ao sexo, abertas à informação nova, aos esportes, às outras culturas e formas de ver o mundo” (LIMA, 2001), dificilmente uma leitora se escandalizaria com foto de Daniela e a namorada, a ponto de não comprar o magazine.

Porém, a revista traz naquele junho de 2013, como segunda opção de capa, o casal heterossexual Thiago Lacerda e Vanessa Lóes, em uma pose bem-humorada em que Vanessa, com uma luva de box, simula golpear o marido. Oferecer uma segunda opção de primeira página e mais “convencional” do que a capa com Daniela é admitir que há um conservadorismo remanescente entre seu público, e as interpretações de uma imagem podem ser diversas. Desse modo, é de se admitir que a equipe de dada revista utiliza os mecanismos ao seu alcance, e da maneira mais atrativa e elaborada esteticamente, para alcançar a maior quantidade de pessoas possível, reduzindo as chances de reprovação e aumentando as possibilidades de compra do exemplar.

Enfim, é importante pontuar que a nossa intenção é tratar não só de fotos ou ilustrações que estampam as capas, mas também de chamadas textuais, ferramentas visuais; abrange-se o todo que compõe a imagem de capa como elemento fundamental na captação da atenção do leitor para o magazine. Resumindo, concordamos com a conceituação de Silvana Mota-Ribeiro (2010, p. 24), para quem a imagem é “um espaço de combinação e organização de diferentes recursos visuais no qual os discursos são materializados e expressos, como produto semiótico ou evento socialmente situado, que envolve o uso de recursos visuais, prática através da qual os discursos são comunicados”.

Já os recursos semióticos são, seguindo a definição de Theo van Leeuwen (2005, p. 3), “ações ou artefactos usados na comunicação”, sendo produzidos psicologicamente – com nossos aparatos vocais ou com os músculos que criamos para criar expressões faciais, por exemplo – ou por significados de tecnologia – seja uma caneta ou um computador. Portanto, os recursos semióticos abarcam o tradicionalmente chamado “signo”, como a união de significantes, como uma forma observável, a exemplo da palavra escrita, e um significado.

Vale lembrar que se creditam como “discursos” os conhecimentos socialmente construídos de algum aspecto de realidade, vendo-se esse “socialmente construídos” como algo que se desenvolve em contextos sociais específicos e de modos que são apropriados aos interesses de atores sociais nesses contextos (KRESS; LEEUWEN, 2001, p. 4). Van Leeuwen (2005, p. 95) acrescenta que, embora os discursos não possam determinar exatamente o que podemos dizer sobre um certo aspecto de realidade, não podemos representar nada sem eles, afinal, precisamos deles como enquadramentos para dar sentido às coisas. Porém, já que os discursos são plurais, podendo existir diferentes discursos e modos de dar sentido ao mesmo aspecto de realidade – o que inclui e exclui coisas diferentes e servem a interesses distintos –, a questão é problematizar onde a ação discursiva toma lugar e como é articulada por uma multiplicidade de práticas e modos (KRESS; LEEUWEN, 2001).

A imagem de capa deve ser compreendida, então, como algo heterogêneo, que envolve signos icônicos, assim como plásticos e linguísticos, que se relacionam e transmitem discursos. Na verdade, um texto nunca é uma coisa só, do mesmo modo como um texto falado nunca é só verbal, mas também visual, combinando expressões faciais, gestos e outras formas. Além disso, um texto escrito também envolve mais que linguagem: ele é escrito sobre alguma coisa, com alguma coisa (KRESS; LEEUWEN, 2006).

Portanto, as sociedades usam diversas formas de representação, com potenciais significativos diferentes e que afetam as formações de subjetividades de maneiras distintas. De qualquer modo, esses vários modos de representação não se mantêm autônomos no cérebro, assim como aspectos afetivos não estão separados de outras atividades cognitivas. Ou seja, os modos de representação integram um todo contínuo na cultura e seu alcance semiótico varia conforme seu uso social (KRESS; LEEUWEN, 2006).

Luiz Carlos Iasbeck (2005) afirma que a análise semiótica implica a busca por compreender o objeto em movimento, de maneira dinâmica. Como alerta, inclusive, Georges Didi-Huberman (2012, p. 208), “a imagem não é um simples corte praticado no mundo dos aspectos visíveis”. Ela é mais do que isso, é uma “impressão, um rastro, um traço visual do tempo que quis tocar, mas também de outros tempos suplementares – fatalmente anacrônicos, heterogêneos entre eles – que, como arte da memória, não pode aglutinar” (DIDI-HUMERMAN, 2012, p. 208).

Desse modo, é preciso lembrar que a foto de uma capa atual de *Claudia* ou *TPM* não deixa de remeter até a décadas anteriores, seja por aspectos de beleza ou posturas valorizadas em outras épocas, ao mesmo tempo em que opera por meio de normas atuais e que se torna uma das muitas fontes que vai conectar a leitora ao meio em que vive.

Seja como for, para Kress e van Leeuwen (2006), as sociedades tendem a desenvolver formas de falar por meio das fontes semióticas que valorizam mais, o que permite que se levantem algumas possibilidades de interpretação. Afinal, a comunicação exige que os participantes formulem suas mensagens da maneira mais compreensível possível naquele contexto e da forma mais plausível e próxima daquilo que eles têm em mente (KRESS; LEEUWEN, 2006).

Por outro lado, as imagens concentram peculiaridades. Então, embora os significados da mensagem de qualquer suporte sejam mapeados pelos diferentes padrões semióticos de maneiras culturais e historicamente específicas – o que justamente torna as significações visuais passíveis de análise, assim como as escritas –, as imagens requerem um olhar diferenciado e próprio a esse meio, o que atesta a importância no apoio a uma metodologia como a gramática do *design* visual. Ora, quando se trata da semiótica social, do mesmo modo que quando se trata dos estudos culturais, é importante lembrar que não há uma teoria “pura”, ou seja, não há respostas prontas. Há apenas modos de formular as perguntas e maneiras de procurar as respostas (LEEUWEN, 2005).

De acordo com Danielle Almeida (2008), o mérito do método da gramática do *design* visual, baseado na gramática sistêmico-funcional de Halliday, consiste em justamente oferecer um meio sistemático de análise de estruturas visuais por meio de um conjunto de regras formais, que respeita uma crítica social, entendendo que os elementos de uma determinada estrutura visual se correlacionam para comunicar significados política e socialmente embasados. Isso, na verdade, desmonta a ideia da análise das imagens como algo sem caráter científico, vago, ou das imagens como algo facilmente interpretável e quase infantil.

Adotamos, então, ferramentas desses autores que propõem uma análise visual de natureza essencialmente funcionalista, visualizando “estruturas gramaticais em imagens que igualmente representam o mundo de maneira concreta ou abstrata, constroem relações sócio-interacionais, e constituem relações de significado a partir do papel desempenhado pelos seus elementos internos”, como explicou Almeida (2008, p. 10).

Normalmente, os leitores começam olhando as fotos de relance e então seguem da esquerda para a direita, da manchete para a foto e depois, opcionalmente, para o corpo do texto. As páginas podem ser lidas de relance ou com muita atenção. Quando se parte para analisar as imagens, portanto, é necessário um olhar sobre o todo em que três coisas são desenhadas simultaneamente: uma formação de discurso ou combinações de discursos; uma particular (inter)ação, na qual o discurso é inserido, e um modo particular de combinar modos semióticos (KRESS; LEEUWEN, 2001). A gramática do *design* visual, assim, pontua três frentes de representações básicas que se subdividem e se relacionam umas com as outras.

Embora certamente os recursos de análise propostos pela metodologia da gramática do *design* visual fiquem mais evidentes nas aferições sobre as imagens, há, em seguida, uma conceituação breve de cada um desses três eixos principais.

Para estas análises de capa, foram consideradas, então, as mencionadas 12 edições de *Claudia* e 12 edições de *TPM* entre os anos de 2004 e 2014, com base nos critérios já elencados. No caso de *TPM*, houve mais uma seleção para se chegar ao *corpus* de 12 capas, pois em alguns meses houve duas opções de primeira página para um mesmo exemplar. Assim, foram selecionadas exclusivamente capas protagonizadas por mulheres, para facilitar as comparações com *Claudia*, e foram privilegiadas as capas cujas versões impressas foram disponibilizadas para o acervo de pesquisa⁹³. No total, portanto, houve

⁹³ No que se refere à *TPM*, a seleção inclui as capas protagonizadas por: Bebel Gilberto (TPM, maio, 2004); Leandra Leal (TPM, fev., 2005); Vanessa Trielli (TPM, dez., 2006); Tainá Müller (TPM, jul., 2007); Alice Braga (TPM, dez., 2008); Sabrina Sato (TPM, out., 2009); Fernanda Torres (TPM, nov., 2010); Taís Araújo (TPM, dez., 2011); Grazi Massafera (TPM, maio, 2012); Gaby Amarantos (TPM, ago., 2012); Ana Paula Padrão (TPM, maio, 2013) e Juliana Alves (TPM, abr., 2014). Quanto à *Claudia*, a análise contemplou as capas protagonizadas por: Isabeli Fontana e o filho Zion (CLAUDIA, maio, 2004); Ana Hickmann (CLAUDIA, out., 2005); Camila Pitanga (CLAUDIA, mar., 2006); Flávia Alessandra (CLAUDIA, abr., 2007); Mariana Ximenes (CLAUDIA, jun., 2008); Taís Araújo (CLAUDIA, set., 2009); Luiza Brunet (CLAUDIA, ago., 2010); Gisele Bündchen (CLAUDIA, abr., 2011); Grazi Massafera (CLAUDIA, mar., 2012); Taís Araújo (CLAUDIA, ago., 2012); Glória Pires (CLAUDIA, dez., 2013); Débora Nascimento (CLAUDIA, nov., 2014). Essas capas estão dispostas, em ordem cronológica, em “Anexos”.

uma análise mais atenta de 24 capas das duas publicações, embora haja aferições gerais sobre os exemplares do século 21.

2.1.3 Dimensão representacional

A primeira função da metodologia de Gunther Kress e Theo van Leeuwen (2006), é a representacional, que descreve o que é mostrado, o que se acredita que está acontecendo ou quais relações estão sendo propostas entre o que é apresentado e o público. Nas palavras de Silvana Mota-Ribeiro (2010, p. 109), a pergunta que se refere a essa dimensão é “que estruturas visuais estão disponíveis para representar o mundo?”.

As imagens mais atentamente analisadas das capas contam com participantes humanos. Neste caso, considerando os eixos de aparência e atividade, observamos especialmente os quesitos de aspectos como idade, raça, peso, expressão facial, pose, produção de maquiagem e figurino, ocupação das personalidades conhecidas. Quanto aos participantes não-humanos, admitimos cenários, fundos, adereços e objetos, que qualificam o ambiente e podem dar pistas sobre as personagens. É necessário admitir, ainda, a relação entre cenário e personagens e o que essa relação pode significar no que se refere ao contexto.

As representações podem ser narrativas, representando a ação, ou conceituais, quando se referem a construções sociais. Como resumem José David Fernandes e Danielle Almeida (2008, p. 13), enquanto na estrutura narrativa são apresentados eventos e ações, na conceitual as participantes são colocadas em termos de suas particularidades, como classe, significado, ou seja, nesta última, pessoas, objetos e lugares são definidos e classificados. Mas não se trata de algo tão categórico, de modo que uma única imagem pode ter vários tipos de representação.

De um modo geral, as imagens envolvem dois tipos de participantes, as representadas, que são aquelas que estão na imagem, podendo ser pessoas, lugares, objetos, e as que interagem, ou seja, as pessoas que se comunicam por meio da imagem, produtores e visualizadores de imagens. Em cada imagem há ainda o vetor, que será, conceitualmente, o que realiza o processo de interação entre essas participantes.

Quando se trata de representações narrativas, como explicam ainda Fernandes e Almeida (2008, p. 14), no processo de ação, o vetor parte da agente de modo que, quando há apenas uma agente e a ação não é direcionada a nada ou ninguém, trata-se de uma estrutura não-transacional. Porém, quando há duas participantes, aquela a quem o

vetor se dirige é a meta, tratando-se a estrutura de transacional. Quando participantes se alternam entre ora agentes, ora meta, a estrutura é chamada de bidirecional. Há também os processos de reação, quando a ação se relaciona ao olhar. Nesse caso, quando uma participante olha – sendo chamado de reatora – para outra participante – chamada de fenômeno –, há uma reação transacional. Já quando a reatora olha para alguma coisa ou alguém fora da imagem, trata-se de uma reação não-transacional.

Nas representações conceituais não há participantes executando ações, portanto, a presença de vetores não é percebida. As participantes são apresentadas a partir de suas significações, como características comuns, pertencendo a um mesmo grupo, ou mesmo por uma estrutura visual, delimitando um rótulo entre elas.

2.1.4 Dimensão interacional

Os significados interacionais estão focados na relação entre os participantes da imagem, a própria imagem, e quem as observa. Nesta dimensão importa notar como determinados recursos são utilizados na construção de relações entre participantes interacionais e o mundo mostrado na imagem. Mas interrogamos também, considerando o universo das revistas, como as imagens interagem especificamente com as observadoras, “criando uma relação imaginária também com o produtor e sugerindo atitudes face ao mundo de gênero representado” (MOTA-RIBEIRO, 2010, p. 258).

Entre os recursos que visam a criar determinadas relações entre a observadora e o contexto representado estão aspectos como o *gaze*, que seria o tipo de contato imaginado com a observadora. Imaginado porque, afinal, quem produz não sabe exatamente em que circunstância essa imagem será transmitida e como será interpretada por quem a observa.

Assim, no que se refere ao *gaze*, quando a participante olha diretamente para a observadora, convidando-a para uma interação, o que é tão comum no caso das capas das revistas femininas, efetua-se uma demanda, na intenção de se agir sobre quem se olha. Por outro lado, a ausência desse olhar direto indica uma oferta, com a participante representada sendo o objeto do olhar.

Há ainda o tamanho do enquadramento, que vai apontar pessoas e coisas representadas como próximas ou longe de quem observa. Esse recurso faz com que a relação imaginária criada entre participantes e observadoras seja de maior ou menor distância social. A ideia é recriar a

proximidade ou o distanciamento que, no cotidiano, são estabelecidos pelas normas sociais e pela distância real estabelecida diante da face das pessoas. Seguindo no enquadramento, Kress e van Leeuwen (2006) pegam emprestado nomenclaturas típicas do cinema e do jornalismo televisivo para propor também a análise de imagens impressas: plano fechado (*close shot*), incluindo cabeça e ombros da participante representada, plano médio (*medium shot*), com a representada expondo até o joelho, e plano aberto (*long shot*), com todo o corpo sendo exposto.

Os autores tratam, inclusive, nesta dimensão interacional, de perspectiva, que seria o ângulo em que as participantes representadas são mostradas. Um ângulo frontal, por exemplo, facilita a identificação da observadora, sugerindo um maior envolvimento. Um ângulo oblíquo, por outro lado, desloca a perspectiva, mostrando a participante de perfil, o que causa uma ideia de estranhamento. Por sua vez, os ângulos verticais vão interferir na relação de quem detém o poder, de modo que a câmera alta vai conferir poder à observadora, enquanto a baixa vai dar poder à participante representada.

A dimensão interacional é definida, finalmente, a partir da modalidade. Basicamente, a modalidade abarca os marcadores sociais que fazem com que uma imagem seja mais ou menos crível. Nesse sentido, as imagens podem ir do mais próximo do real ao irreal, conforme o valor de verdade conferido pelos recursos, o que se verá nas análises das revistas mais atentamente. De todo o modo, Fernandes e Almeida (2008) resumem como principais mecanismos que podem modalizar imagens: a utilização de cor, com saturação, diferenciação, modalização da sombra; a contextualização, com sugestão de profundidade e perspectiva e cenários mais ou menos detalhados; a iluminação, com maior ou menor luminosidade e brilho, com luminosidade em ponto específico ou não, aproximando ou distanciando os cenários de situações reais.

2.1.5 Dimensão composicional

A função composicional prevê a organização dos elementos visuais de uma imagem, ou seja, como explicam Fernandes e Almeida (2008), a integração dos elementos representacionais e interativos em uma composição que faça sentido. Três princípios básicos são os responsáveis por conferir significados composicionais.

O primeiro deles trata do valor da informação, o que será explorado no caso das revistas em questão. Kress e van Leeuwen (2006)

expõem que elementos posicionados do lado esquerdo da imagem, por exemplo, são colocados como algo dado, enquanto aqueles à direita trariam algo novo. Afinal, lançar mão do ponto de partida da leitura da imagem é sugerir algo familiar, já conhecido.

Quanto à oposição vertical entre os elementos, os aspectos do topo são aqueles mais ligados ao “ideal”, de modo que aqueles na base são aqueles mais apoiados no “real”. Os recursos na imagem podem ser estruturados ainda nas dimensões entre centro e margem. Quando as informações estiverem no centro, no caso, elas estarão no núcleo, tendo maior valor do que aquelas que estão ao redor, nas margens. Concordamos, no entanto, com Mota-Ribeiro (2010), que lembra que essas são apenas algumas indicações relativas a possíveis potenciais de significados, auxiliando na interpretação, mas não estando necessariamente presentes em todas as imagens e nem integrando uma espécie de receita pronta para qualquer análise.

Seja como for, além do valor da informação, há a saliência, que se refere à ênfase maior ou menor de certos elementos, que ganham uma importância hierárquica. Conforme esse princípio, alguns aspectos, como tamanho, distância, focagem, contraste e até a questão cultural, como a aparência de uma pessoa, farão com que alguns elementos da imagem chamem mais a atenção do que outros.

Por fim, a delimitação ou ligação dos elementos visuais, ou “estruturação” (FERNANDES; ALMEIDA, 2008, p. 25), refere-se à presença ou não de objetos interligados. De acordo com Mota-Ribeiro (2010), os elementos de uma composição podem estar delimitados ou separados uns em relação aos outros por meio de aspectos como linhas de moldura ou saturação da cor. Assim, quanto maior a delimitação de um elemento, mais ele será percebido como unidade de informação separada. Do mesmo modo, quanto mais agrupados os elementos, mais serão percebidos como membros de um grupo. É preciso lembrar que a nossa intenção neste trabalho é apenas privilegiar aspectos da gramática do *design* visual que auxiliem a compreensão das capas e ainda que possam servir para debates e comparações entre as diferentes edições das revistas, sempre visando à delimitação de um panorama geral das publicações deste século 21. Nesse processo, com a finalidade de colocar em xeque padrões recorrentes, consideramos também, em alguns momentos, edições inseridas no período que comporta os anos de 2004 a 2014, mas que extrapolam o *corpus* principal.

Enfim, a seguir, são esquematizados os principais conceitos da referida metodologia da gramática do *design* visual a serem considerados nestas discussões. Após as aferições sobre tais elementos

das capas, ainda neste capítulo serão feitas considerações sobre as chamadas das primeiras páginas e sobre aspectos relacionados à moda. Pontuamos que a opção foi debater a temática de moda posteriormente, em seções finais do capítulo, visando a um debate mais aprofundado.

Tabela 1: Elementos de capas

I Dimensão Representacional	
Representação das participantes humanas (número e papéis)	
Tipos de representação (processos narrativos ou conceituais)	
Caracterização:	
<ul style="list-style-type: none"> • Aparência (peso, idade, raça, produção) • Atividade (expressão facial, pose, ocupação das personalidades) 	
Cenários, fundos e adereços, objetos	

II Dimensão Interacional	
O ato da imagem (olhar de oferta ou demanda)	
Enquadramento (plano fechado, médio, aberto)	
Perspectiva (ângulo frontal, oblíquo)	
Modalidade (profundidade, iluminação, brilho)	

III Dimensão Composicional	
Valor informativo	
Saliência	
Delimitação	

Fonte: Tabela elaborada pela autora, com base na metodologia da gramática do *design* visual⁹⁴ de Gunther Kress e Theo van Leeuwen (2006).

2.2 ANÁLISE DOS ELEMENTOS DE CAPAS: DIMENSÃO REPRESENTACIONAL EM *CLAUDIA* E *TPM*

Sabemos que não são raros os produtos midiáticos que destacam os corpos femininos como sexualmente disponíveis ou simplesmente como objetificados – o que se dá com ainda mais força quando se trata de mulheres negras, como colocou Borges (2012) –, sendo que os anúncios publicitários são conhecidos por elevar essa tônica à máxima potência. Das conhecidas propagandas de cerveja aos anúncios de venda

⁹⁴ Consideramos também quadros similares expostos nos trabalhos de José David Fernandes e Danielle Almeida (2008) e Silvana Mota-Ribeiro (2010).

de carro, há uma insinuação da disponibilidade sexual feminina e uma constante ênfase no corpo, tornado visível seja com o pouco vestuário ou até com a nudez. Na verdade, a mulher parece assumir-se como ornamento visual da imagem da publicidade de um modo geral, tendo um papel “essencialmente decorativo”, já que não faz e nem é, ou seja, “ela não se dá a conhecer como pessoa, apenas está na imagem” (MOTA-RIBEIRO, 2003, p. 130).

Vale observar que parece haver um movimento de transformação ao longo deste ano de 2017 nesse quesito no Brasil, com marcas de cerveja propondo anúncios em prol da maior diversidade de corpos. De qualquer maneira, ainda é cedo para dizer até que ponto isso será consolidado e como isso poderá contribuir, afinal, para que as mulheres assumam posições de quem produz ações.

Seja como for, saindo da esfera da publicidade, conhecida por explorar a exposição do corpo feminino e por, de forma recorrente, reduzir as mulheres à exposição de seus corpos, e atendo-se às revistas, é preciso questionar que tipo de representação e representatividade é conferido às mulheres em veículos que se propõem como seus porta-vozes.

No caso das primeiras páginas de *Claudia*, admitindo a dimensão representacional, que considera especialmente o que é mostrado nas imagens, a imensa maioria das capas conta com apenas uma mulher representada, conferindo um caráter de soberania a essas figuras, como se fossem autossuficientes. A ideia de estar “cheia de si” ainda seria complementada por chamadas imperativas como “Sonhe mais alto!” (CLAUDIA, abr., 2011) e “Sim, você pode!” (CLAUDIA, nov., 2014). Entre as publicações do *corpus*, a única personalidade que não aparece sozinha é Isabeli Fontana que, naquele exemplar de maio de 2004, mês das mães, aparece segurando no colo o filho Zion. De todo o modo, notamos que o largo sorriso de Isabeli, mirando a leitora, confere essa mesma ideia de plenitude, a que se associará ainda o ideal de maternidade, como se verá mais atentamente. O plano fechado da imagem, com a modelo aparecendo até a altura do peito, o ângulo frontal e o olhar diretamente para a leitora, nesta mencionada capa, reiteram o caráter de proximidade com o público, em diretrizes que serão frequentes em *Claudia*.

Figura 17- Capa de *Claudia* com a modelo Isabeli Fontana e o filho, Zion.



Fonte: CLAUDIA, maio, 2004.

Notamos que as capas costumam trazer mulheres apenas fazendo alguma pose e encarando a espectadora – as capas expostas em ordem cronológicas, em “Anexos”, endossam essas premissas. A única que parece sugerir alguma ação é a capa de abril de 2011, com a modelo Gisele Bündchen simulando mexer no próprio cabelo, enquanto igualmente encara a leitora, como se verá.

Mesmo assim, nem sempre as capas transmitem uma ideia de passividade. Desse modo, em algumas, as poses lembram o desfilar em uma passarela, dando a ideia de altivez e domínio de si. De qualquer maneira, elas parecem estar ali apenas para interpretar o papel de ser ou, mais fortemente, parecer mulher, ou mãe, no caso de Isabeli, uma vez que não desempenham atividade nas imagens. Todas as personagens das capas selecionadas fitam a câmera. As capas selecionadas de *Claudia* revelam, portanto, representações narrativas de reações transacionais, em que o alvo do olhar da personagem representada é sempre a leitora.

Na verdade, podemos até dizer que, quanto à dimensão representacional, as imagens de primeira página das revistas da Editora Abril se enquadram em representações conceituais. Afinal, resgatando novamente Fernandes e Almeida (2008, p. 16), as representações conceituais descrevem quem é a participante representada em termos de classe, estrutura ou significação. É como se a participante representada fosse a portadora de todo um significado ou identidade, por si mesma.

Ora, as figuras de *Claudia* são destacadas a partir dos atributos e características típicos de “um ser/parecer mulher” segundo a revista. Assim, remeteriam a representações conceituais, personalizando o conceito “mulher” proposto pelo magazine. Além de estarem produzidas com maquiagem e figurino, as personagens evidenciam, com as mãos, o tamanho da cintura ou o rosto, por exemplo, enfim, destacam aspectos e elementos do que seria sua feminilidade. Mais do que isso, as

personalidades carregam ainda os títulos que o “ser/parecer mulher” concentra, segundo os magazines, de modo que a grande maioria das celebridades das capas de *Claudia* é conhecida por aliar as atividades de mãe, profissional, esposa.

No caso de *TPM*, considerando o *corpus*, todas as 12 capas trazem personalidades sozinhas. Em 11, as representações narrativas foram de reações transacionais, em que o alvo do olhar da personagem representada é a leitora, aproximando-se de *Claudia*. Mas há uma variação, com representação narrativa de reação não-transacional, não sendo possível encontrar o alvo do olhar da participante. Naquela edição de agosto de 2012, Gaby Amarantos tem um sorriso aberto, enquanto parece olhar para alguém ou algo que está atrás dela. Nessa situação, ela parece ignorar a observadora, o que endossa a ideia de que não está se importando com quem a olha e julga, como indica a chamada principal “Eu não visto 38. E daí?”, o que é reforçado também pela postura do corpo, que aparece de lado, em ângulo oblíquo. Ao mesmo tempo, a falta de contato visual com a leitora a destaca como alvo de contemplação, sendo que o figurino, expondo os contornos corporais, reforçará o apelo da imagem, o que veremos em mais detalhes.

Figura 18 - Capa de *TPM* com a cantora Gaby Amarantos.



Fonte: TPM, ago., 2012.

De todo o modo, olhando para as primeiras páginas de *TPM*, de um modo geral, notamos que o leque de intenções com cada capa parece ser mais variado em relação à *Claudia*, apesar das personalidades sozinhas e mulheres permanecerem sendo a maioria.

Entre as protagonistas de *TPM*, não há eixos em comum facilmente identificáveis, quanto a comportamento ou aspectos da vida, como ocorre quando se considera *Claudia*. Assim, não são

personalidades conhecidas por serem mães, por exemplo, e, em alguns casos, sequer são mulheres do meio midiático. Por isso, a cada edição, *TPM* acaba trazendo uma descrição um pouco mais detalhada da personalidade na capa, o que serve como justificativa em relação à escolha do veículo.

Mesmo assim, quando se considera a dimensão representacional, que foca no que é trazido pelas imagens, é preciso olhar atentamente inclusive para determinados atributos que aparecem de maneira recorrente nas personagens de capa das duas revistas em questão. Por isso, a seguir, abrimos espaço também para debates sobre eixos de aparência e atividade, a exemplo de maternidade, juventude, magreza e questões raciais, que claramente emergem a partir de quem é colocada nas primeiras páginas. Apenas após essas exposições seguiremos para os outros elementos da gramática do *design* visual, a saber: a dimensão interacional, tendo em vista a relação entre as participantes das imagens, as imagens em si e suas observadoras; e a dimensão composicional, abarcando a organização dos elementos de capa, como um todo.

2.2.1 Os eixos de aparência e atividade

As figuras representadas em *Claudia* fazem emergir o ideal da maternidade, uma vez que, como celebridades, têm sua vida pessoal sob os holofotes e são conhecidas do grande público como mães ou por desejarem ser mães. No caso da capa com Isabeli Fontana e Zion, em maio de 2004, a modelo expõe o filho, em seus braços, como símbolo máximo de seu grande papel de mãe. Mas, além disso, das 12 capas de *Claudia*, sete contaram com celebridades que já eram mães à época das fotos, ou estavam em vias de ser, como Grazi Massafera, grávida na capa de março de 2012. Ressaltamos ainda que outras três capas contavam com “mães em potencial”, ou seja, mulheres que tinham a intenção de exercer a maternidade em breve. Tanto que, em 2016, de todas as personagens de capas selecionadas, apenas a atriz Mariana Ximenes, então com 34 anos, e Débora Nascimento, com 31, não eram mães.

Soma-se a isso o fato das personagens carregarem consigo o imperativo de sucesso profissional. Afinal, todas as mulheres que estampam as edições, sem exceção, são ícones do meio midiático, seja da teledramaturgia, do jornalismo, da moda. Ao considerarmos a frequência das capas com Grazi Massafera, por exemplo, notamos que, quanto mais em evidência no meio midiático, maiores as chances das personalidades aparecerem também em *Claudia*.

Quanto às poses, nas capas das revistas selecionadas de *Claudia*, as posturas tendem a evidenciar o próprio corpo e a figura da personalidade, como mulher. Assim, como já foi mencionado, as imagens as destacam com a mão na cintura, ou com a mão levemente apoiada no rosto, por exemplo.

É necessário acrescentar que todas as primeiras páginas de *Claudia* integram um verdadeiro cenário de felicidade, composto não só pelo sorriso das protagonistas, como também por seus figurinos, pelas imagens de fundo, pelas cores e pelas chamadas. Não foge à regra nem o exemplar de setembro de 2009, que propôs o combate ao racismo e foi protagonizado pela atriz Taís Araújo, com um largo sorriso e trajada por um vestido rosa – tom que prevaleceria no cenário da imagem.

Entre as 12 edições de *Claudia*, a única em que a celebridade não aparece com um sorriso aberto, evidenciando os dentes, é aquela com a modelo Gisele Bündchen. Naquele exemplar de abril de 2011, que enunciou “Sonhe mais alto!”, a *über model* sorri, mas moderadamente, o que confere um ar mais sensual à cena em que ela pega uma mecha do próprio cabelo, vestindo um maiô decotado.

Figura 19 - Capa de *Claudia* com a modelo Gisele Bündchen.



Fonte: CLAUDIA, abr., 2011.

Beatriz Sarlo (2011) se refere aos folhetins argentinos publicados entre 1917 e 1925 como narrações fortemente pedagógicas, cujos finais seriam todos felizes, do mesmo modo que narrativas sentimentais para mulheres de décadas posteriores. O que se nota é que os exemplares de *Claudia* também parecem antecipar para a primeira página um final feliz. A revista traz na capa o desfecho de uma felicidade, composta quase obrigatoriamente pelo sucesso profissional, pela maternidade, pela aparência muito bem determinada. A capa, na verdade, é praticamente

uma promessa do que pode acontecer com a leitora se ela adquirir a revista e consumir seus discursos e produtos.

Não deixa de ser interessante olhar a revista, então, como uma forma de folhetim atualizado e às avessas, estampando na primeira página um modelo em que a leitora deve se inspirar. É como se a leitora tivesse que passar por todas as tarefas colocadas ao longo das páginas para atingir o desfecho de sucesso coroado e antecipado na primeira página. O final em que se deve mirar, portanto, fica evidenciado e aberto ao público, enquanto a trama de condutas, posturas, ações e atividades a serem seguidas seriam restritas àquelas mulheres que comprassem a revista e seguissem as recomendações.

Enfim, em todos os exemplares selecionados de *Claudia* as celebridades aparecem em cenários claramente de estúdios fotográficos e, portanto, com cores que combinam com os figurinos e sem objetos ao redor. Nesse quesito cenário de fundo, o branco é a cor que prevalece.

No caso de *TPM*, notamos uma preocupação, renovada a cada mês, com inovação. Tanto que, em muitos momentos, a revista trouxe mais de uma opção de capa para uma mesma edição, fosse com os mesmos personagens, em variações de poses, cenários ou produções, fosse com personagens diferentes. Embora tenha sido comum oferecer duas opções de primeira página, houve edição com até três alternativas⁹⁵. O fato é que, nessas variações, a revista parece tentar fugir de um único ideal ou estilo, o que contribui para um leque maior de representações, comparando-se com *Claudia*.

No quesito representacional, de um modo geral, apesar de a seleção do *corpus* de *TPM* privilegiar capas protagonizadas por mulheres, sabemos que a revista costuma variar nesse sentido, elencando também homens nas primeiras páginas.

Não há uma uniformidade quanto às ações referidas pelas personagens, de modo que elas podem aparecer segurando os próprios seios, como fez Gaby Amarantos, tirando um coelho da cartola ou vestindo um moletom. Ou seja, não ficam destacados os tradicionais papéis femininos e nem as personalidades aparecem sempre sob o tom de uma feminilidade, como em *Claudia*. É possível falar também em uma multiplicidade maior de papéis, de modo que não há uma

⁹⁵ Para versões do exemplar de maio de 2013, por exemplo, Alinne Moraes, Ana Paula Padrão e Milhem Cortaz apareceram em três composições totalmente diferentes. Para esta análise, consideramos a capa com Ana Paula Padrão, que foi adquirida para o acervo da pesquisa.

classificação ou uma função compartilhada por todas as mulheres ou quase todas, como a maternidade em *Claudia*.

Além disso, não se pode falar em uma uniformidade em relação à pose ou à expressão facial. Quanto às poses, há desde expressões inusitadas, como na edição em que Taís Araújo aparece de boca aberta, como se prestes a falar (TPM, dez., 2011), até cenas triviais, como no exemplar em que Ana Paula Padrão aparece segurando um moletom, como se o estivesse vestindo naquele instante (TPM, maio, 2003).

No entanto, a impressão que se tem, observando as capas, é de uma casualidade calculada, ou seja, as personagens parecem ter sido produzidas para aparentar serem despojadas. Isso se intensifica especialmente a partir de 2008, quando a revista aparece apostar mais na preparação de maquiagem e figurino.

Nesse processo de “glamourização” de *TPM*, o veículo acaba por se aproximar de *Claudia*, deixando as personalidades mais próximas do que se conhece por “padrão capa de revista” e, ao mesmo tempo, mais distantes do que é comum se encontrar no dia a dia. Em novembro de 2010, por exemplo, Fernanda Torres sugere uma produção, vestindo maiô e meia arrastão – em uma referência à figura de mágica – e segura um coelho, o que ilustra a chamada principal: “Fernanda pode tudo: aos 45 anos, ela tira mais um coelho da cartola e estreia um programa inspirado nas fábulas de Millôr – e ainda fala no casamento com Andrucha, da morte do pai e da maturidade”.

Mesmo na edição de maio de 2012, em que Grazi Massafera aparece com a barriga de grávida à mostra, com unhas sem esmalte – uma raridade nesses suportes – e maquiagem leve, ainda prevalece um ar de *glamour*, seja pela iluminação, pelos cabelos penteados, enfim, há um tom de “capa de revista”, muito mais do que o que havia sido proposto pela revista anteriormente com Leandra Leal, de braços cruzados e cabelos presos, em fevereiro de 2005, por exemplo, em uma capa que evidentemente teve menos produção.

Figuras 20 e 21 - Capas de *Claudia* e *TPM* com a atriz Grazi Massafera.



Fonte: CLAUDIA, mar., 2012; TPM, maio, 2012.

Se a Grazi Massafera da *Claudia* de março de 2012, então, não parece uma mulher que se encontraria andando nas ruas, por toda a produção estética e de figurino, tampouco parece a Grazi da *TPM* de maio de 2012. As duas “Grazis” das capas estão dentro de padrões de aparência, seja por sua cor de pele ou peso, mas, além disso, seguem em produções de cabelo, maquiagem, trajes, que igualmente as distanciam do que costuma se ver com frequência cotidianamente.

No âmbito representacional, há aproximações e diferenciações quanto às capas protagonizadas pela atriz. Notamos que ambas as primeiras páginas com Grazi, de *Claudia* e *TPM*, privilegiam o olhar e o rosto voltados diretamente para a leitora – embora o corpo da personalidade esteja ligeiramente na lateral, no caso de *Claudia*, o que dá a ideia de um desfile de moda. Nas duas imagens, a atriz sorri, o que intensifica a proposta de identificação, especialmente no caso de *Claudia*, que traz uma Grazi com um largo sorriso. Também nos dois momentos ela aparece sozinha e em cenários lisos, o que, somado ainda ao plano médio – evidenciando até a altura do joelho da celebridade –, endossa a evidência colocada em seu corpo. Enquanto *Claudia* aposta em um vestido de gala, *TPM* se vale de um figurino casual, composto por biquíni e camiseta, e da retratação em preto e branco, para chamar ainda mais a atenção para os contornos corporais da atriz.

Enfim, nem em *Claudia* nem em *TPM* há uma linearidade quanto às cores que compõem o fundo das imagens, o que varia conforme a composição da cena. De qualquer maneira, nos dois títulos predominam esses fundos lisos referentes a cenários fotográficos. Silvana Mota-Ribeiro (2005, 661), considerando os anúncios publicitários de revistas femininas portuguesas, criticou essa predominância dos fundos homogêneos: “estes fundos estão por detrás da mulher, não a rodeiam,

não contêm objetos, apenas destacam o que está à sua frente – a figura feminina”. Para a pesquisadora portuguesa, essa artificialidade dos contextos nada diz acerca das mulheres, ou seja, elas “não estão em local algum”.

Sob esse aspecto, portanto, *Claudia* e *TPM* compartilham uma ênfase no corpo-aparência da mulher. Não há um enfoque num corpo que sente ou que age; portanto, é como se essas figuras estivessem apagadas emocional, psicológica e mentalmente, como se fossem superfícies primeiramente visuais e, nesse sentido, “esvaziadas de ser” (MOTA-RIBEIRO, 2005, p. 663), sendo que as capas com Grazi não fogem à máxima.

De todo o modo, entre as revistas do *corpus* de *TPM*, duas capas escapam dessas premissas ao remeterem a cenários reais e a um contexto. É o caso da capa de dezembro 2008, que traz Alice Braga em uma praia, sentada sobre a areia, e de Tainá Müller⁹⁶ que, em julho de 2007, aparece sentada sobre o asfalto. Nesta última, Tainá Müller veste um corpete decotado, e está sentada com as pernas levemente abertas e com o queixo para cima, com a chamada que enuncia, após seu nome: “A atriz revelação do esperado *Cão sem dono* mostra que é a mulher que o cinema nacional procurava”. A pose, o olhar diretamente para a leitora e o figurino mostrando o colo sugerem, ao mesmo tempo, provocação e sensualidade. Do mesmo modo, o cabelo descabelado e as mãos dispostas de maneira aparentemente aleatória dão o ar de casualidade que seria comum em *TPM*, sem se perder de vista a produção estética tão conhecida dessas plataformas.

Figura 22: Capa de *TPM* com a atriz Tainá Müller.



Fonte: TPM, jul., 2007.

⁹⁶ Outra versão de capa para esse exemplar seria protagonizada pela cantora Paula Toller que, seguindo nesse caráter de sensualidade, apareceria segurando as pernas à mostra.

Ao longo de sua trajetória, *TPM* chegou a trazer alguns cenários diferenciados que, embora evidentemente preparados em estúdio, ao menos remetiam a contextos reais. Em maio de 2005, por exemplo, Bianca Bertolaccini, que à época era *stylist* da Editora, apareceu sentada em um vaso sanitário, com as calcinhas nas pernas, no exemplar que tinha como chamada de capa: “A privada em público: por quê as mulheres têm tanta dificuldade de fazer cocô? *TPM* quebra outro tabu feminino” – em capa que extrapola o *corpus* referido.

É preciso acrescentar, no entanto, que a foto, três anos antes, havia integrado uma coluna, em tom literário, da revista *Trip* sobre a *stylist*, a que se seguiria um ensaio sensual, sob o título “Funcionária *free style*⁹⁷” (BRESSANE, 2012). Na ocasião, os seios da personalidade foram expostos, enquanto na reprodução mais recente da foto, em *TPM*, eles foram escondidos sob uma tarja cor de rosa, acompanhando a chamada principal. Se por um lado, então, a personalidade, em *TPM*, é colocada finalmente em um cenário que a aproxima de um contexto real na capa, por outro, a finalidade primeira da foto, ou seja, para compor um ensaio sensual, sugere como a mulher foi exposta na condição de objeto do olhar, o que enfraquece o caráter de protagonismo.

De igual maneira, no que tange ao *corpus* contemplado, enquanto as capas com Tainá Müller (*TPM*, jul., 2007) e Alice Braga (*TPM*, dez., 2008) contam com cenários mais reais, elas compartilham de uma certa exploração do corpo feminino. Poses ousadas já tiveram propostas escancaradamente provocadoras no veículo, como Gaby Amarantos que, apesar de evidenciar parte dos seios e do bumbum veio acompanhada da chamada “Eu não visto 38. E daí?” (*TPM*, ago. 2012). No entanto, como vemos, *TPM* não fica livre de capas com poses sensuais que apenas prezam pela exposição corporal.

Seja como for, precisamos acrescentar que, no que tange a representações de capa, não é difícil perceber ainda uma recorrência de determinados atributos físicos em *Claudia* e *TPM*, o que pretendemos debater mais atentamente a seguir, tratando de juventude, magreza e de questões raciais.

⁹⁷ No espaço, o colunista Ronaldo Bressane (2012, on-line) conta como conheceu Bianca Bertolaccini e como ela seria “o tipo de garota que qualquer mortal morreria por”.

2.2.2 Juventude e magreza como quesitos básicos

“Um corpo belo nunca esteve tão exposto a formas desgastantes de exercício, consumo de drogas e dietas duvidosas”, constatou Richard Miskolci (2006, p. 684). Para o autor, “adequação” é a palavra-chave nesse processo de assujeitamento psíquico-corporal, em que “um corpo inadequado não apenas marca a maior parte da população como gorda, feia ou disforme, segundo os padrões modelares de uma elite, mas também gera subjetividades autodestrutivas em sua busca de adequação a qualquer custo” (MISKOLCI, 2006, p. 685). Se estar dentro dos padrões, nessa conjuntura, contribuiria para a felicidade, em alguns casos, como ele alerta, o medo da rejeição superaria até mesmo o desejo de sobreviver – e os distúrbios alimentares acenam nessa direção.

O fato é que a magreza será quesito praticamente obrigatório para as personagens principais de revista. O imperativo se dá de tal maneira que, no caso de *Claudia*, em todo o período que abarca os anos entre 2004 e 2014, apenas uma personagem foge claramente da aparência muito magra, nesse espaço da capa: Grazi Massafera, grávida de sete meses na capa do exemplar de março de 2012. Todas as demais edições serão celebradas por mulheres conhecidas por seus traços esguios e pelo corpo trabalhado em academia e com técnicas de embelezamento⁹⁸, sem qualquer sinal de aumento de peso.

Tanto que as líderes em capas do veículo da Abril, em todo esse intervalo de tempo, são: a atriz Grazi Massafera e a apresentadora Angélica, ambas estampando sete edições no período, seguidas pela modelo Gisele Bündchen, com seis capas, e a atriz Mariana Ximenes e a cantora Ivete Sangalo, registrando ambas cinco capas cada. A manutenção do padrão estético é reiterada nessa recorrência de personagens, de modo que outras três celebridades apareceriam quatro vezes nas capas cada uma: as atrizes Claudia Raia, Giovanna Antonelli e Taís Araújo, única mulher negra entre as mais conhecidas, quando se trata de capas. Portanto, como notamos por esses referenciais, para a revista, só é possível abrir mão da aparência valorizada se, e somente se, a mulher estiver desempenhando a sagrada função da maternidade.

⁹⁸ A cantora Maria Rita, estrela da edição de dezembro de 2005, é a única personalidade, entre as capas da publicação da Abril, que não é conhecida por sua intensa magreza. Mesmo assim, naquela capa, a produção que inclui maquiagem e figurino faz com que a cantora se enquadre no padrão da revista, sugerindo magreza desde o rosto.

TPM ensaia um movimento diferente nesse aspecto. Além da capa de maio de 2012, também com Grazi Massafera, com a barriga de quase nove meses à mostra, na edição de dezembro de 2006, a publicação trouxe uma personagem comum, fora do meio midiático e dos rígidos padrões estéticos. Vanessa Trielli, então com 30 anos, sem muita produção de maquiagem e vestindo um maiô estampou o exemplar com o tema “Você não é gorda”. Já na edição de agosto de 2012, a cantora Gaby Amarantos, conhecida por estar acima do peso, esteve na mencionada edição com a manchete “Eu não visto 38. E daí?”, enquanto a cantora Preta Gil foi a protagonista de uma das versões da edição de setembro de 2013, intitulada “Comida e culpa”.

Contudo, é de se pontuar que, ao olharmos para todas as capas entre 2004 e 2014, a revista da Editora Trip destaca, então, apenas duas mulheres consideradas gordas e uma personagem fora do padrão, com o que se costuma chamar de “gordinhas localizadas”. Nas três ocasiões, trata-se de exemplares que justamente pretendem problematizar padrões sociais relacionados ao peso. As mulheres sem corpos esguios, portanto, não aparecem sob outras perspectivas, de modo que todas as demais capas convergem para o padrão de magreza tão comum nos títulos voltados para as mulheres.

Porém, a revista da Editora Trip parece ao menos trabalhar com uma magreza levemente mais permeável em suas capas, trazendo corpos como das atletas Kyra Gracie (TPM, abr., 2006), lutadora, e Marta (TPM, jul., 2014), jogadora de futebol, exibindo seus contornos atléticos, um pouco distantes dos modelos comumente encontrados na televisão ou nas passarelas, privados não apenas de gordura como também de músculos.

Coincidência ou não, à exceção de Vanessa Trielli, as outras mulheres fora do tipo esguio de *TPM* são negras. Isso reforça a ideia de provocação que a revista pretende trazer em suas capas, destacando grupos admitidos como minoritários não apenas em uma categoria, mas em várias, como raça e peso. Assim, a exposição das duas não funciona apenas no sentido de garantir representatividade mas também como mais um recurso de afirmação do magazine como “diferenciado” em relação aos concorrentes.

Além disso, a exposição apenas esporádica de mulheres gordas ou negras, de um modo geral, aliada à indicação de que seriam o desvio dos padrões, por meio das temáticas elencadas nessas edições, pode fazer com que, na verdade, elas sejam consolidadas em um espaço de “outridade”. Há o risco de Preta Gil e Gaby Amarantos serem mantidas como “das margens” e apenas por isso serem merecedoras do espaço –

mais ocasional do que frequente – de *TPM*. É como se elas não estivessem, então, em pé de igualdade com Grazi Massafera ou Alinne Moraes, por exemplo, que transitam entre os dois títulos de maneira recorrente e não somente naqueles exemplares especialmente marcados como transgressores.

Enfim, para o pesquisador Richard Miskolci (2006), na era atual, homens e mulheres compartilham um horror à gordura, associada ao estigma da indolência, da incapacidade para o trabalho e até ao risco de doenças fatais. Mais do que isso, o gordo é admitido como “um compulsivo, descontrolado, ou seja, alguém ameaçado por uma versão contemporânea da loucura” (MISKOLCI, 2006, p. 687).

Na minha dissertação, que abordou as formas de cuidado de si na revista *Claudia*, a partir das aferições de normatização, poder e cuidado de si propostas por Michel Foucault, foi sinalizado que a psiquiatria instituiu o “normal” como oposição ao doente, ao mórbido, ao desorganizado, à disfunção. Nessa ordem disciplinar que controlaria indivíduos e discursos em prol da produtividade tão necessária ao capitalismo, multiplicaram-se os aspectos de vida a serem observados e o universo do que seria o desvio (BITTELBRUN, 2011). É possível enxergar o intenso combate à gordura como decorrente dessa ampliação do terreno do “anormal”. Portanto, a julgar pela exaustiva repetição dos grupos hegemônicos nas imagens de capa, seria alimentada toda uma inquietação social em relação ao que se vê no espelho, na mesma medida em que se delimita esse verdadeiro frenesi por corpos extremamente longilíneos e pelas celebridades esbeltas.

No caso das capas das revistas femininas brasileiras, quando se fala em aparência, não há como deixar de fora também a questão de faixa etária. Considerando todas as capas de *Claudia* nos mencionados 11 anos, notamos que as personalidades destacadas se concentram na faixa etária entre 30 e 45 anos, em média. As exceções ficam a cargo da atriz Lília Cabral, que estampou com 57 anos a capa de dezembro de 2014 da revista da Editora Abril, e da jornalista Fátima Bernardes, que protagonizou a edição de outubro de *Claudia* daquele mesmo ano, com 52 anos à época.

Como vem sido sinalizado, em sua intenção de inovar e até de causar impacto com suas capas, *TPM* promove uma diversificação maior quanto às personalidades destacadas – além de trazer capas sem uma pessoa sequer, compostas por meras ilustrações ou fundos coloridos. Desse modo, são poucas as personagens que se repetem e, quando o fazem, aparecem no máximo duas ou três vezes, nesse espaço de tempo entre 2004 e 2014. Entre aquelas que apareceram mais vezes, em três

momentos cada, estão as atrizes Leandra Leal, Alice Braga e Tainá Müller. Entre as personalidades que aparecem duas vezes, notam-se alguns nomes também recorrentes em *Claudia*, como Mariana Ximenes, Angélica, Taís Araújo e Grazi Massafera – que, inclusive, foi eleita para estampar a edição comemorativa número 100 de *TPM*, em julho de 2010.

Outros nomes que apareceram mais de uma vez na revista da Editora Trip foram Alinne Moraes, Luana Piovani, Patrícia Pillar, Wagner Moura, Cauã Reymond, Thalma de Freitas, Juliana Alves, Fernanda Torres, Fernanda Lima e Déborah Secco. Assim como *Claudia*, então, *TPM* tende a destacar, majoritariamente, corpos brancos, magros e jovens. Tanto que, quanto à idade, há uma tendência em *TPM* em privilegiar pessoas do mundo midiático entre os 20 e 30 e poucos anos, principalmente, em um rejuvenescimento em relação à *Claudia*.

As únicas mulheres que estampam a primeira página de *TPM* depois de passar a fronteira dos 50 anos são a atriz Fernanda Montenegro, na edição de novembro de 2011, com 82 anos à época, e a atriz Luiza Brunet que, em outubro de 2012, completando 50 anos, ilustraria uma edição sobre envelhecimento – a filha Yasmin, com 24 anos à época, estamparia a outra opção de capa. Entre os homens, Caetano Veloso aparece na capa de maio de 2009, com 67 anos à época.

Outras quatro personagens com mais de 50 anos também apareceriam no espaço de destaque, mas em fotos de quando eram mais jovens. Marieta Severo, Elke Maravilha, Maria da Penha e Betty Faria estão, então, em fotos em preto e branco, certamente capturadas antes de completarem 35 anos⁹⁹.

Esse rejuvenescimento das capas de *TPM* pode ser atribuído em parte ao público-alvo da revista, que contou com 69% de leitoras entre 26 e 45 anos em 2014 (TRIP, 2015) – enquanto *Claudia* teria apenas 44% entre 25 e 44 anos (ABRIL, 2016). No entanto, as fotos de Marieta, Elke, Betty e Maria quando jovens, mais do que uma homenagem, sugerem um congelamento de suas imagens joviais e uma tentativa de extirpação, nessas páginas principais, de qualquer sinal de debilitação do corpo. A velhice não deixa de ser sugerida, então, como uma forma de degradação, como um processo natural do corpo que não mereceria ser colocado no foco da câmera.

⁹⁹ Elas aparecem nas capas de outubro de 2004, fevereiro de 2007, novembro de 2008 e outubro de 2014, respectivamente.

2.2.3 Questões de raça em destaque

Na tese em que analisa a revista de moda *Vogue* do século 21, em suas versões francesas e brasileiras, Daniela Novelli (2014, p. 23) fala em um “*ethos* da branquidade” que faz do corpo branco o dominante e naturalizado discursivamente, em detrimento aos corpos negros. Como seria, então, em *Claudia* e *TPM*, como magazines exclusivamente brasileiros, sem a obrigatoriedade de se restringirem ao universo da moda e teoricamente desvinculados de qualquer modelo editorial europeu?

Teun Van Dijk (2008, p. 13) destaca que o interesse acadêmico na temática do racismo surgiu relativamente tarde em países latino-americanos como Brasil, Chile e Venezuela. Na perspectiva da “democracia racial”, como destaca o autor, as desigualdades da interação diária com indígenas e pessoas negras, em sociedades com lugares e papéis marcados para cada um, pareciam tão “naturais” que “a ideia de dominação racista foi geralmente vista – e ainda o é – como acusação absurda” (VAN DIJK, 2008, p. 13). Por outro lado, como lembrou Edward Telles (2012), se durante mais da metade do século 20, não houve sequer democracia no país, com a maioria da população, incluindo as pessoas brancas, sendo privada de direitos humanos básicos e submetida à dominação autoritária, como haveria de ter, então, a tal “democracia racial”?

Enfim, junto com essa suposta democracia, seria somada ainda a visão de que as formas de racismo latino-americanas seriam consideradas mais “benevolentes” em comparação com o racismo explícito dos Estados Unidos, com o pressuposto de que as desigualdades sociais estariam mais atreladas às classe sociais. Por fim, acrescentou-se o fato de acadêmicos, que tiveram mais interesse em aspectos étnicos de grupos como indígenas ou afrodescendentes, pertencerem aos mesmos grupos sociais e classes das elites que estiveram no poder. Todo esse contexto faria com que as temáticas raciais merecessem pouca atenção na academia, de modo que o assunto encontre até hoje certa resistência em ser visto como empreendimento científico.

Lília Schwarcz (2012) destaca como o país é profundamente mestiçado em suas crenças e costumes e, por outro lado, o racismo existe e segue acompanhado por uma hierarquia dissimulada. Como reforça ainda Antônio Guimarães (2002, p. 168), remetendo a Wagley (1952), essa democracia permanece – e deve permanecer por muito tempo – como “mito”, seja no sentido de uma falsa ideologia, como um

ideal que orienta a ação dos atores sociais ou ainda como chave interpretativa de cultura.

Seja como for, nas últimas décadas despontaram estudos sobre a temática racial¹⁰⁰ que vêm abordando, inclusive, os baixíssimos índices de representatividade das pessoas negras na literatura, na teledramaturgia, nos jornais, as propagandas, nos livros didáticos e nos meios de comunicação brasileiros de um modo geral. Nas palavras de Teun Van Dijk (2008, p. 15), “a maioria dos membros dos grupos dominantes aprende a ser racista devido às formas de texto e de fala numa ampla variedade de eventos comunicativos”, contribuindo para a manutenção de um “*status quo* étnico”.

Como acrescentam Ella Shohat e Robert Stam (2014), o racismo é individual, mas é também sistêmico, infiltrando-se nos processos psíquicos e sociais, relacionando-se a contingentes históricos institucionais e a todo um aparato discursivo, reiterando desigualdades drásticas de distribuição de recursos e oportunidades. A permanência do racismo, portanto, está ligada a discursos, baseados em modelos mentais informados por ideologias e atitudes socialmente compartilhadas; e passa pela reprodução exaustiva de mulheres brancas como referencial de beleza em qualquer banca de revistas.

No mencionado livro *Americanah*, de Chimamanda Adichie (2014), ambientado na maior parte do tempo nos Estados Unidos, a personagem principal, Ifemelu, irritada, faz o namorado branco, Curt, que não percebia as discriminações raciais na mídia, folhear todas as revistas femininas disponíveis na livraria mais próxima, à procura de mulheres negras. Diante de todos os títulos, encontram-se apenas três figuras negras. Porém, é de se admitir que a predominância dos corpos brancos nas páginas e telas assusta ainda mais em um país cuja

¹⁰⁰ Para este trabalho, destacamos, entre outros autores que tratam sobre questões raciais: Munanga (1988; 1996); Nogueira (1985); Schwarcz (1993; 1996; 2012); Wade (1993); Carneiro (1995; 2004); Nogueira (1998); Sodré (2000; 2008); Carone e Bento (2002); Guimarães (2002; 2005; 2008); Quijano (2002; 2007; 2008); Santos (2003b); Schmidt (2004; 2009; 2015); Dalcastagnè (2005; 2011); Young (2005); Hofbauer (2006); Shohat e Stam (2006; 2014); Stolke (2006); Almeida (2007); Beleli (2007); Araújo (2008); Damasceno (2008); Fanon (2008); Gomes (2008); Silva e Rosemberg (2008); Van Dijk (2008); Duarte (2009); Amaral Filho (2010); McClintock (2010); Restrepo e Rojas (2010); Duarte e Fonseca (2011); Lima (2011); Borges (2012); Muniz (2012); Skidmore (2012); Telles (2012); Winch e Escobar (2012); Campos e Feres Júnior (2015); Bento, Silveira e Nogueira (2014), Schucman (2014).

população de pessoas negras excede a população de pessoas brancas, como é o caso do Brasil.

Paulo Silva e Fúlvia Rosenberg (2008, p. 82), olhando para a síntese dos resultados das pesquisas referentes aos discursos sobre negros e brancos nos diversos veículos midiáticos, apontaram quatro particularidades: a subrepresentação das pessoas negras nos diversos meios; o silenciamento das mídias sobre as desigualdades sociais; as pessoas brancas sendo apontadas como representantes “naturais” da espécie humana – com essa naturalização se estendendo à representação de público a que a mensagens se dirigiriam –; e a estereotipia do homem negro e da mulher negra.

No que se refere à estereotipia, Silva e Rosenberg (2008) destacam que as pessoas negras são associadas à criminalidade nos jornais, na literatura e no cinema, a funções socialmente desvalorizadas na televisão, na literatura e nos livros didáticos. Além disso, há a exploração de figuras como “mulata”, “sambista”, “malandro” e “jogador de futebol” na publicidade, na literatura e no cinema. Os autores pontuam ainda que o silenciamento constante das mídias sobre as desigualdades sociais desempenha um duplo papel: “o de negar os processos de discriminação racial, buscando ocultar a racialização das relações sociais, ao mesmo tempo em que propõe uma homogeneidade cultural ao ‘brasileiro’” (SILVA; ROSENBERG, 2008, p. 82).

Essas questões se manifestam em trabalhos como os de Iara Beleli (2007), que trata dos corpos nas propagandas, e de Luiz Augusto Campos e João Feres Júnior (2015) que apontaram que, das 162 novelas brasileiras que foram ao ar entre 1984 e 2004 pela Rede Globo, 91,3% dos personagens centrais foram representados por atores e atrizes brancos. Entre os protagonistas, a discrepância detectada foi maior ainda, com a maioria branca respondendo por 92% dos papéis, contra 8% de protagonistas negros.

Ainda assim, é preciso detalhar que os dois últimos autores apontaram como protagonistas negros Taís Araújo, Camila Pitanga, Juliana Paes, Marcos Palmeira, Marcos Pasquim e Lima Duarte, que tendem a aparecer de forma recorrente nas novelas. Sabemos que mesmo essa classificação suscita dúvidas, pois Lima Duarte, Juliana Paes, Marcos Palmeira e Marcos Pasquim podem igualmente ser intitulados como pessoas brancas. Dessa maneira, Camila Pitanga e Taís Araújo despontariam como as únicas personalidades, entre as mencionadas, que se autodeclaram negras, sendo também as mulheres negras mais lembradas por *Claudia*, como veremos.

Seguindo no universo das novelas, para Campos e Feres Júnior (2015), a falta de personagens pretas e pardas só é parcialmente sanada quando há a intenção clara da emissora em evidenciar essa parte da população, em momentos pontuais. Além disso, as pessoas negras tendem a aparecer mais em telenovelas que retratam o período do Império ou do Brasil Colônia, destacando-se a presença marcante do grupo negro na “formação” do povo brasileiro (CAMPOS; FERES JÚNIOR, 2015, p. 16). Portanto, a negritude só é apresentada em um passado que já estaria superado. Além de escravos, as pessoas negras tendem a assumir, na teledramaturgia, outros papéis que revelam inferioridade, como favelados, pobres, pessoas do campo e etc. Desse modo, embora pareça ter havido esforços ao longo das décadas para expandir o leque de representatividade, permanece um padrão de branquidade nas novelas.

Em outro estudo que é referência na área, sobre a representatividade de negros na literatura, Regina Dalcastagnè (2005, p. 44) constata que “a personagem do romance brasileiro contemporâneo é branca”. De acordo com a autora, que se debruçou sobre um total de 258 obras brasileiras entre 1990 e 2004, os negros são 7,9% das personagens. Quando se fala em protagonistas e narradores, esse índice é ainda menor, registrando-se 5,8% e 2,7%, respectivamente.

Para Dalcastagnè (2005), as pessoas brancas não só compõem a ampla maioria das personagens identificadas em seu *corpus*, mas também monopolizam as posições de maior visibilidade e voz própria. E, se a representatividade de mulheres em relação aos homens é menor, isso se intensifica quando se falam em mulheres negras. Enquanto o contingente de mulheres brancas protagonistas, por exemplo, equivale a 28,7% do total de protagonistas brancos de ambos os sexos, as protagonistas negras equivalem a apenas 15% dos protagonistas negros de ambos os sexos (DALCASTAGNÈ, 2005, p. 46-47).

Isso sem falar ainda, na literatura, do reforço a estereótipos depreciativos relacionados às pessoas negras. Assim, as obras as segregam nos segmentos de menor renda, até mais do que na realidade, e as personagens do grupo tendem a ser mais associadas ao candomblé e à umbanda. Somando-se a isso, são personagens que costumam estar mais associados à criminalidade e, no caso das mulheres, ao serviço doméstico e à prostituição, como coloca ainda Dalcastagnè (2005).

Eduardo de Assis Duarte (2009) já havia chamado a atenção para a representação estereotipada, no âmbito literário, da personagem feminina oriunda da diáspora africana no Brasil desde os primórdios da era colonial. Na verdade, em referência a constatações de Afonso Arinos

de Melo Franco, o autor lembra como até uma carta de Américo Vespúcio, datada de 1503, falava dos habitantes da terra recém-descoberta e da perfeição física das índias, instalando a mulher educada fora dos padrões de conjugalidade monogâmica judaico-cristã no imaginário patriarcal e em definições estereotipadas. Junto com a escravidão e com o tráfico negreiro se consolidou, posteriormente, o “avatar erótico” da “mulher de cor”, de ascendência africana, que seria encarnado e reencarnado em uma série de romances do século 19 e do século 20, de Gregório de Matos Guerra a Jorge Amado e Guimarães Rosa (DUARTE, 2009, p. 8).

A ideia de um “erotismo desfrutável”, não raro acompanhado pela falta de gravidez e maternidade, sugerindo um corpo infértil, foi associada a inúmeras personagens negras ou não-brancas, e foi reatualizada nas inserções midiáticas mais variadas, dos quadrinhos às produções cinematográficas. Portanto, a sensualidade da mulher marcada pela afrodescendência, como personagem, assume o caráter de dito popular, ganhando “foros de veredicto” e com uma autoridade a ser “vinculada a um saber que parece provir diretamente das coisas da natureza e do mundo, nunca de uma ordenação social e cultural traduzida em discurso” (DUARTE, 2009, p. 6).

Quando se trata de literatura brasileira, em publicação de 2011¹⁰¹, Dalcastagnè fala também da ausência da própria temática do racismo, extirpando-se, portanto, desses espaços, a experiência das mulheres e dos homens negros, normalmente marcada cotidianamente por formas de discriminação. Diz Dalcastagnè (2011, p. 309):

Se é possível encontrar, aqui e ali, a reprodução paródica do discurso racista, com intenção crítica, ficam de fora a opressão cotidiana das populações negras e as barreiras que a discriminação impõe às suas trajetórias de vida. O mito, persistente, da ‘democracia racial’ elimina tais questões dos discursos públicos, incluindo aí o romance.

À medida que se cruzam as categorias subalternizadas de gênero e raça, os silenciamentos e inferiorizações só aumentam nesses espaços,

¹⁰¹ Nessa publicação mais recente, a autora expõe também os resultados de uma segunda base de dados, de outros 130 romances brasileiros publicados por grandes editoras entre 1965 e 1979. O levantamento complementa os dados já apresentados pela pesquisa de 2005 e registra uma maioria de 75,8% de personagens brancas.

o que é preocupante. Afinal, a literatura pode ser um meio para se conectar a outras experiências de vida, pode ser um recurso para se entender o outro, ter um modo diferente de enxergar o mundo. Assim,

reconhecer-se em uma representação artística, ou reconhecer o outro dentro dela, faz parte de um processo de legitimação de identidades, ainda que elas sejam múltiplas. Daí o estranhamento quando determinados grupos sociais desaparecem dentro de uma expressão artística que se fundaria exatamente na pluralidade de perspectivas. (DALCASTAGNÈ, 2005, p. 14)

Nesse sentido, “a literatura contemporânea reflete, nas suas ausências, talvez ainda mais do que naquilo que expressa, algumas das características centrais da sociedade brasileira”, como o racismo e a própria população negra, “que séculos de racismo estrutural afastam dos espaços de poder e de produção de discurso” (DALCASTAGNÈ, 2011, p. 309). Como não poderia deixar de ser, a pouca representatividade de pessoas negras passa também pelos autores das produções artísticas, sejam elas literárias ou de telenovelas, para citar aqui os trabalhos de Dalcastagnè (2005) e Campos e Feres Júnior (2015). Nas redações jornalísticas, os negros também são minoria em cargos de liderança, o que contribui para que fiquem fora das pautas, como reiterou Van Dijk (2008).

De todo o modo, vale lembrar que o processo de manutenção desse “*status quo* étnico” de que falava Van Dijk (2008) não é automático, requerendo aceitação e reiteração contínua para se estabelecer. A fim de contribuir para esses esforços de recusa, desestabilização e problematização dos discursos hegemônicos, pretendemos, também com números, dar uma dimensão das desigualdades referentes à representatividade em revistas, apontando quem são as mulheres nas capas de *Claudia* e *TPM* do século 21.

2.2.4 Levantamentos sobre representatividade e o caso de *Claudia*

Diferentemente de contextos como o norte-americano, em que a raça é especialmente definida por ascendência, no Brasil, esse critério é predominantemente definido pela aparência. Como colocaram João Luiz Bastos e equipe (2008) e Edward Telles (2012), a identificação racial no país envolve características como a cor da pele, a forma do nariz, dos

lábios e o tipo de cabelo. Porém, é necessário acrescentar que essa identificação também é influenciada por variáveis como a escolaridade, o sexo, a idade, a classe social e até a região, como sinalizamos anteriormente. Trata-se, então, de uma questão complexa, sendo que pessoas distintas podem classificar um mesmo indivíduo de maneira diferente ou, ainda, uma pessoa pode mudar de classificação, conforme a situação em que se encontra (MUNIZ, 2012).

No contexto brasileiro, nos levantamentos demográficos e de pesquisa, a atribuição de cor/raça pode se basear na autoclassificação – como é adotado em Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio do IBGE – ou na observação externa, ou seja, dos próprios pesquisadores. Sabemos que as duas opções são carregadas de subjetividades, alterando conforme a conjuntura. Tanto que João Luiz Bastos e equipe (2008) alertaram para situações em que até os pesquisadores tendem a embranquecer a população, especialmente em classes sociais mais privilegiadas, em função das conotações negativas que permanecem sendo associadas à negritude.

Seja como for, seguindo as tendências dos mencionados trabalhos de Dalcastagnè (2005) e Campos e Feres Júnior (2015), propomos aqui algumas considerações quanto à raça das personagens em revistas, com base especialmente na imagem de capa e na própria autoclassificação dessas personalidades, em entrevistas no meio midiático. É inegável a carga de subjetividade destas discussões e, como não poderia deixar de ser, qualquer esforço de classificação das personagens abarca uma série de dificuldades, em função da intensa miscigenação na sociedade brasileira que multiplica o espectro de cores em que sua população pode ser classificada.

Se mesmo a colonização portuguesa garantiu a influência dos árabes e judeus – com participação na composição dessa nação europeia –, no Brasil, a imigração dos mais de 3,6 milhões de africanos, durante a época de comercialização de escravos, somada ainda aos alemães, italianos, japoneses, que foram trazidos para cá posteriormente, compuseram a “aquarela brasileira” que não cabe em levantamentos demográficos e abala qualquer tentativa de avaliação de raça, em termos de aparência. Como colocamos, as 136 cores referidas pelos brasileiros em suas autoclassificações, na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio do IBGE, em 1976 (SCHWARCZ, 2012), também dariam as pistas dessas dificuldades.

Porém, sabemos que as incertezas quanto à variável cor/raça não devem inibir sua utilização, tão necessária para a constatação das discriminações étnico-raciais e para a formulação de políticas públicas

para redução dessas desigualdades (MUNIZ, 2012). Portanto, é para dar uma dimensão das questões de representatividade, e das ausências nesse quesito, em revistas femininas, que partimos para observações quanto às personalidades de capa.

De acordo com o que alertou Sueli Carneiro (2004), historicamente a identidade das pessoas negras tem sido enfraquecida, inclusive por meio das classificações. Segundo a autora, a diversidade da branquidade tem sido valorizada no nível fenotípico de modo que morenos de cabelos castanhos ou pretos, loiros, ruivos, são apontados como de diferentes matizes da branquidade, a serem perfeitamente incluídos no interior da racialidade branca, mesmo quando apresentam alto grau de morenidade, a exemplo de alguns descendentes de espanhóis, italianos ou portugueses. Esse processo sinalizaria várias possibilidades de ser branco, enquanto a categoria de “negros” é sistematicamente reduzida.

Considerando o universo nas revistas, constatamos que as publicações são intensamente marcadas por um ideal de branquidade, privilegiando as mulheres de tom de pele evidentemente claro e traços europeus. Mas, mais do que isso, há todo um aparato de produção que envolve o alisamento dos cabelos, por vezes pintados de loiro, maquiagens que deixam o nariz e lábios mais finos, a que se somam ainda recursos de iluminação e cenário que fazem com que mesmo personalidades que carregam marcas de outras etnias passem a corresponder a esse ideal de branquidade, e sejam consideradas, fundamentalmente, brancas.

Nesse sentido, nos esforçamos para analisar quais são as ferramentas utilizadas pelas revistas na transmissão de seus posicionamentos, especialmente no que se refere a tais questões de gênero e raça. Seguimos ainda no empenho de medir, em um levantamento em constante revisão, quem são as mulheres brancas, de traços caucasianos e europeus, quem são aquelas que carregam traços de outras etnias, ainda nesse *hall* de branquidade, e ainda quem são as mulheres que se autodeclaram negras e que aparecem nos privilegiados espaços de capa¹⁰². Embora tais considerações abarquem subjetividades, inerentes às aferições sobre raça e etnia, reforçamos que a nossa intenção é dar uma dimensão das desigualdades no quesito representatividade. Além disso, temos o intuito de detalhar produções e

¹⁰² Disponibilizamos em “Apêndice” os levantamentos detalhados de quem são as mulheres protagonistas nas revistas impressas.

discursos que são associados a essas personalidades destacadas e que, por vezes, fazem com que se exalte a branquidade.

Vale pontuar que não defendemos que as revistas trabalhem estritamente com base em levantamentos demográficos, como a pesquisa do IBGE (2014) que destacou que cerca de 53% da população é composta por negros e negras. Nem que busquem revelar em suas páginas mulheres idosas, gordas ou homossexuais de maneira proporcionalmente exata aos índices desses referidos grupos na população. No entanto, seguimos no sentido de dar uma ideia dos possíveis silenciamentos e invisibilizações, mostrar como são produzidas e mantidas hierarquizações, como um alerta para se trazer uma maior pluralidade de perspectivas nesses meios jornalísticos. Indo além disso, pretendemos evidenciar como há máximas que repetem continuamente um corpo de mulher branco e magro como um referencial estético.

Embora *Claudia* e *TPM* não tenham os mesmos métodos de apuração e produção de notícias dos grandes jornais diários, elas têm suas equipes compostas por jornalistas e, mais do que isso, elas se mantêm como essencialmente jornalísticas diante do público. Nesse sentido, a julgar pelo *ethos* da profissão, elas carregam um compromisso quanto à representatividade e quanto à pluralidade de quem tratam e a quem falam. Enfim, como meios de comunicação, carregam uma função social, do mesmo modo que as obras literárias ou as telenovelas, o que reforça a necessidade destes questionamentos.

Seria possível justificar que uma subrepresentação de mulheres negras nas páginas seria apenas um reflexo da invisibilização na sociedade. Nesse caso, pegando emprestada a indagação proposta na obra de Regina Dalcastagnè (2005): para retratar a invisibilidade de grupos sociais subalternos, sejam eles definidos por classe, por sexo, por raça e cor, por orientação sexual ou por qualquer outro critério, não seria preciso, muito mais do que excluir esses grupos, mostrar alguma tensão existente, provocada pelos que não parecem ocupar os espaços? Supomos, afinal, que a mera exclusão muito mais reitera a subjugação do que a problematiza.

Nesse ponto, uma vez mais endossamos a importância do valor dos meios de comunicação para a mudança de aspectos sociais em prol de mais igualdade e direitos humanos, o que passa também pela visibilidade a grupos que são alvo de desigualdades sociais no país.

Enfim, partindo para o exame das capas das revistas, apenas três mulheres negras apareceram nas primeiras páginas de exemplares de *Claudia*, em todo o período entre 2004 e 2014. São elas as atrizes

Camila Pitanga, Taís Araújo e Débora Nascimento. As três, que se autodeclararam negras em entrevistas na mídia, são conhecidas também por seu envolvimento com os debates sobre questões raciais. Das sete ocorrências totais, Débora Nascimento apareceu uma vez, em 2014, Camila Pitanga, duas, em 2006 e 2010, e Taís Araújo esteve em quatro momentos, em 2007, 2009, em 2012 e em 2014 – na edição de 2007, a atriz apareceu dividindo espaço com uma mulher branca, Adriane Galisteu.

Figuras 23 e 24 - Capas de *Claudia* de 2007 e 2009, com a atriz Taís Araújo¹⁰³



Fonte: CLAUDIA, fev., 2007; CLAUDIA, set., 2009.

É preciso pontuar ainda a variação da tonalidade de pele conferida pela revista a uma mesma personagem. Olhando para as quatro edições com Taís Araújo, notamos que, quando está ao lado de Galisteu, ela aparece com uma tonalidade mais escura de pele, ressaltando o contraste com a apresentadora loira (CLAUDIA, fev., 2007). Essa tonalidade mais escura de pele é encontrada, inclusive, em duas edições posteriores (CLAUDIA, set., 2009; ago., 2014). Mas, em outro exemplar, a maquiagem e a iluminação deixam o rosto de Taís Araújo muito mais branco (CLAUDIA, ago., 2012). Assim, enquanto três edições parecem ter a preocupação de justamente evidenciar a atriz como negra – especialmente no exemplar de 2009, que trataria de racismo –, na edição de 2012, parece haver um clareamento, como se a intenção fosse não destacar a sua negritude.

¹⁰³ Como sinalizamos anteriormente, a versão colorida de algumas capas e imagens é disponibilizada em “Anexos”.

Figuras 25 e 26 - Capas de *Claudia* de 2012 e 2014, com a atriz Tais Araújo.



Fonte: CLAUDIA, ago., 2012; CLAUDIA, ago., 2014.

Por outro lado, enquanto em 2012 e em 2009, a atriz está com os cabelos cacheados visivelmente trabalhados por *baby liss* –, na edição mais recente, de 2014, ela aparece com os cabelos muito curtos compactados aparentemente por gel, enquanto naquela edição de 2007, o foco no rosto das duas celebridades faz com que os cabelos sequer apareçam.

Portanto, como um grande traço de negritude, os cabelos afro, na verdade, não são exibidos nas primeiras páginas de *Claudia*, ou são descaracterizados por meio de técnicas de alisamento ou do *baby liss* ou gel. A capa de novembro de 2014, com Débora Nascimento, por exemplo, elenca a chamada “Cabelo de verão: aposte nas luzes *sombré*, nas novas tranças, no *wet hair*, nos fios com textura”, mas são os fios de Débora Nascimento trabalhados em ondas grandes que aparecem como referencial naquele espaço, do mesmo modo que Camila Pitanga também esteve com as madeixas lisas na capa de março de 2006.

Figura 27 - Capa de *Claudia* com a atriz Débora Nascimento.



Fonte: CLAUDIA, nov., 2014.

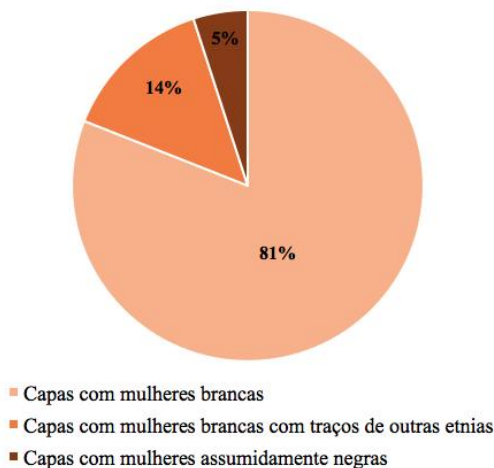
Como coloca Nilma Gomes (2008), a intervenção no corpo e no cabelo do negro, muito mais do que uma intervenção estética, é uma intervenção identitária. Ou seja, a invisibilização e a inferiorização das pessoas negras, que vai influenciar também na própria imagem que elas têm de si mesmas, passa também por essas formas de esconder ou “camuflar” seus traços corporais, por meio dos diversos recursos.

Enfim, nas capas de *Claudia*, em 19 momentos apareceram celebridades como Ivete Sangalo, Juliana Paes, Patrícia Poeta, Glória e Cléo Pires, Luiza Brunet e Dira Paes. Com tons de pele variados, essas personalidades carregam, em maior ou menor medida, traços de outras etnias, de indígenas ou afrodescendentes. Porém, nas primeiras páginas, elas seguem reiterando um padrão de branquidade, sendo expostas com cabelos lisos e maquiagens que afinam os traços do rosto e as aproximam dos ideais estéticos caucasianos. Esse modo como são destacadas faz com que, na maior parte dos contextos, essas personagens sejam simplesmente consideradas “brancas”. Em *Claudia*, recursos como iluminação e cenário fazem com que a pele das celebridades se aproxime, no máximo, de um tom levemente mais dourado ou bronzeado, acrescentando em pouco no quesito representatividade.

Seja como for, mulheres com a pele evidentemente muito clara comporiam a exaustiva maioria das capas de *Claudia*, aparecendo em 107 momentos no século 21. Como detalhamos em “Apêndices”, são personagens como Mariana Ximenes, Gisele Bündchen, Xuxa, Ana Hickmann, Angélica, Paolla Oliveira, Renata Vasconcellos. Portanto, um raio-X sobre as capas de *Claudia* entre 2004 e 2014 demonstra que, das 132 edições totais, as mulheres brancas com traços caucasianos predominantes ocuparam 81% das primeiras páginas da revista da Abril, enquanto 5% das capas contaram com mulheres negras. Em 14% dos casos, o destaque foi conferido àquelas personalidades que, embora apresentem traços de outras etnias, podem ser igualmente consideradas brancas, endossando os ideais de branquidade.

Gráfico 1: Representatividade nas capas de *Claudia*.

**Porcentagens quanto à representatividade em *Claudia*,
entre 2004 e 2014**



Fonte: Gráfico elaborado pela autora.

Ainda que se possa justificar uma certa defasagem de representatividade em decorrência da formação do público-leitor, formado especialmente por classes A e B – classes em que, como sabemos, as pessoas negras são minoria –, ainda que se possa argumentar que há menos mulheres negras entre as celebridades conhecidas nacionalmente, é fato: há uma evidente supremacia branca na revista.

Tendo como base os 12 exemplares do *corpus* da pesquisa, as capas de *Claudia* com as atrizes negras, Camila Pitanga, Taís Araújo e Débora Nascimento compartilham aspectos gerais da revista, em identidade visual, posturas, chamadas que privilegiam estética corporal, bem-estar, celebridades.

Figuras 28 e 29 - Capa de *Claudia* 2006, com Camila Pitanga, e capa de *TPM* de 2014, com Dira Paes.



Fonte: CLAUDIA, mar., 2006; TPM, fev., 2014.

De todo o modo, uma capa com Camila Pitanga, caracterizando-a como “talento com sabor de Brasil” (CLAUDIA, mar., 2006), e outra com Tais Araújo, elencando-a “musa da igualdade” (CLAUDIA, set., 2009), evidenciam justamente a ideia remanescente de convivência alegre e cordial entre as diferentes raças. Na verdade, há, nesse sentido, até algumas abordagens similares entre *Claudia* e *TPM*, de modo que a capa com Dira Paes na edição de *TPM* de fevereiro de 2014, apesar de exceder o *corpus* aqui considerado, em muito lembra a mencionada capa com Camila Pitanga, do veículo da Editora Abril. Ambas trariam um cenário remetendo à bandeira do Brasil, enquanto uma atriz elencada como representante da miscigenação apareceria em destaque, acompanhada por uma aura de sensualidade.

Na capa de *TPM*, embora a chamada “O verão de Dira Paes” indique que a composição de cores e cenário se deva por se remeter àquela estação, não há como não associar o fundo amarelo, com duas folhas de bananeira ao fundo, à bandeira brasileira¹⁰⁴. A isso se soma ainda uma ideia de sensualidade, com Dira, levantando uma das alças da blusa, próximo ao texto afirmando ainda: “De atriz *cult* à *sex symbol* da temporada, ela fala da carreira, família, casamento, política... E cenas calientes: ‘Acho que sou sexy, sim’”.

¹⁰⁴ As outras chamadas do exemplar de fevereiro de 2014 trataram do ensaio sensual da edição, de matéria sobre o empoderamento feminino e sobre o término de relacionamentos. Outra chamada remeteria à brasilidade: “Ô abre-latas: os carnavais inesquecíveis de Sabrina Sato e Karina Buhr”.

Já na *Claudia* com Camila Pitanga todas as chamadas¹⁰⁵, o cenário, o figurino, a maquiagem da atriz e até a logo da revista – em um tom de verde que não é usual – seriam estampadas nas quatro cores da bandeira. A atriz¹⁰⁶, identificada com o tal “talento com sabor de Brasil” estampou aquela primeira página sorrindo e encarando o público, com um olhar de lado que igualmente sugeriu sensualidade. Portanto, como se vê, há toda uma composição que caminha no sentido de exaltar a miscigenação, em dadas edições.

Retomando exclusivamente ao universo de *Claudia*, naquela edição temática de combate ao racismo, iniciativa única na revista entre 2004 e 2014, Taís Araújo aparece em um largo sorriso e um volumoso vestido rosa, mesmo tom do fundo do cenário. Apesar da chamada principal¹⁰⁷ indicar “Pelo fim do racismo! *Claudia* se junta à musa da igualdade, Taís Araújo, e defende essa causa”, a revista não perde, dessa forma, o seu tom otimista, o que enfraquece a seriedade da abordagem sobre as temáticas raciais.

Assim, a pouca apresentação de mulheres negras veio acompanhada, inclusive, pela escassez, nas capas, de abordagens referentes às problemáticas raciais – restritas apenas à mencionada edição. Mesmo as primeiras páginas de 2012 e de 2014, com Taís Araújo e Débora Nascimento, não trazem menções ao tema, igualando-se às demais capas, estampadas por mulheres brancas.

¹⁰⁵ Como se destaca, o espaço seria composto por uma série de elementos ligados, no senso comum, à “brasilidade”. Assim, haveria uma chamada para a entrevista com Fernando Meirelles, “nosso homem em Hollywood”, outra chamada destacando “o poder dos orixás”, e ainda a senadora Heloísa Helena “de visual novo”, enquanto as demais chamadas se relacionariam à maternidade, maquiagem e terapias para emagrecer e etc. Somando-se a isso, todos os elementos, das chamadas, ao figurino estiveram em verde, amarelo, azul e branco.

¹⁰⁶ É interessante observar que Camila Pitanga está com um tom de pele aparentemente mais dourado na capa de março de 2006, em comparação com o anúncio publicitário da página seguinte, de tintura de cabelo, protagonizado pela atriz. No anúncio, a pele de Camila parece estar em um tom mais acobreado, talvez para combinar mais com a cor dos cabelos, no espaço da propaganda. O fato é que, além de jogos de luz, a tonalidade da pele, no anúncio, também parece ter sofrido alguma alteração de programa de computador.

¹⁰⁷ A capa trouxe também chamadas secundárias que iriam desde como conquistar o homem certo até a “verdade” sobre a mulher casada e os *sex toys*, em direcionamentos similares àqueles vistos em outras edições de *Claudia*.

É preciso lembrar novamente Dalcastagnè (2011, p. 322), que destaca que ser negro em uma sociedade racista não é só “ter outra cor, é ter outra perspectiva social, outra experiência de vida, normalmente marcada por alguma espécie de humilhação”. Se, como colocou a autora, ao construir uma personagem negra nos romances, é preciso envolvê-la em uma realidade social, ou ela não parecerá viva, o mesmo pode ser dito das personagens em revista, que não estão desconectadas do mundo real e, portanto, têm perspectivas diferenciadas, como pessoas negras ou brancas, embora estejam sob o título de celebridades.

Seja como for, sequer os cuidados relacionados à aparência das mulheres negras são contemplados nas capas. Enquanto as chamadas sobre matérias relacionadas à estética corporal e moda fazem diferenciações quanto à idade, elas não apontam as diferenças entre tonalidades de pele, como se o grupo de leitoras da publicação fosse homogêneo nesse sentido. Portanto, enquanto a capa se refere à “maquiagem certa para cada idade” (CLAUDIA, mar., 2006), não há chamadas que destaquem as preferências para uma cor de pele ou outra, por exemplo.

Entre as capas selecionadas, menções sobre cabelos cacheados são raridade – inexistindo chamadas para cabelos afro –, de modo que apenas aquela edição protagonizada por Taís Araújo, em 2009, falaria em produtos, técnicas e “todos os segredos para modelar os cachos”, no que parece ser um eufemismo para não se associar a atriz ao cabelo afro. Na verdade, entre as revistas selecionadas, duas capas com Taís são as únicas em que há, de fato, cabelos com cachos – em todas as demais as mulheres estão com cabelos lisos ou ondulados, à la Gisele Bündchen.

O ideal de branqueamento e a exaltação da branquidade, desse modo, revelam-se inclusive por essas primeiras páginas com as personalidades negras. Afinal, elas aparecem sob recursos de apagamento dos traços de negritude, o que é somado ainda à insistência nas mesmas figuras como se fossem, sozinhas, representantes de todas as mulheres negras. No artigo *Negros de pele clara* (2004), a pesquisadora e militante Sueli Carneiro coloca que uma das características do racismo é aprisionar o outro em imagens estereotipadas, reservando para os racialmente hegemônicos o privilégio de serem representados em sua diversidade. No caso de *Claudia*, é possível dizer que o privilégio do racialmente hegemônico se dá também pela insistência de sua repetição. E, nos poucos momentos em que as mulheres negras são retratadas, são quase sempre as mesmas personagens, como se só elas representassem toda a coletividade de seu grupo.

Além disso, embora com um notável engajamento em relação às questões raciais, as três mulheres negras que aparecem em *Claudia* são mulheres negras de pele clara, especialmente Débora Nascimento, que chega a apresentar os olhos castanho-esverdeados, e Camila Pitanga. De acordo com Eliane Costa (2014, p. 129), o branqueamento prega que “do ponto de vista estético, intelectual, cultural e, por extensão, civilizatório, em vez de ser negro, em vez de o sujeito reconhecer-se e ser visto como tal, será ‘menos pior’ ser um mestiço, um quase não negro, quem sabe, um quase branco”.

A autora aponta tanto a “democracia racial” como o ideal de branqueamento como estratégias de “desenegrecer” a nação desde os primórdios da primeira República, o que pode ter efeitos psíquicos na população negra até hoje, afinal, essas estratégias vêm continuamente sendo reiteradas. Podemos admitir, portanto, que esses mecanismos também se manifestam em discursos que não falam de cabelo afro, mas sim de “cachos”, e que apontam como “verdadeiro Brasil” modelos de negritude tão restritos quanto escassos.

Seja como for, são as mulheres brancas de traços europeus, são as “Anas Hickmanns” e “Giseles Bündchen”, que dão o tom das capas da revista da Editora Abril de maneira mais contundente. Suzana Maia (2012) já questionou como Gisele Bündchen, integrando uma família de descendentes de alemães do sul do Brasil pode ser considerada “bi-racial” pela mídia estadunidense. Segundo a autora, para os latinos que se aproximam aos ideais de branquidade, a origem nacional funciona como um valor agregado para sua ascensão social. Ou seja, figuras como ela não sentiriam as aplicações de raça, sendo incluídas na branquidade valorizada nos Estados Unidos, ainda que com um caráter um tanto “exótico” por vir das terras latinas.

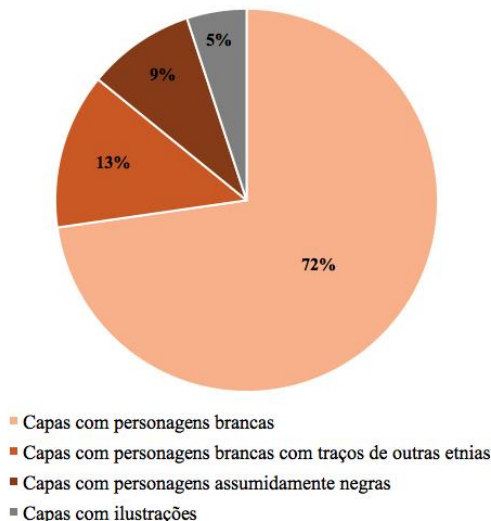
No Brasil, a *über model* tornou-se uma espécie de ícone nacional, de modo que “seu corpo e imagem são considerados produtos de exportação de máxima qualidade e como representante da nação em arenas transnacionais”, promovendo um ideal de beleza que persiste em privilegiar o branqueamento (MAIA, 2012, on-line). Assim, Gisele Bündchen figura entre os rostos mais frequentes das capas de *Claudia*, sendo apontada como referencial ou ícone representativo brasileiro quando, na verdade, em pouco representa, em termos de aparência, a população brasileira.

2.2.5 Levantamentos sobre representatividade e o caso de *TPM*

No caso de *TPM*, é possível falar em uma maior representatividade de pessoas negras. Detectamos 15 momentos em que essas personalidades estiveram entre as protagonistas da revista. Dessa forma, considerando um universo de capas de *TPM* estimado em 166 entre 2004 e 2014¹⁰⁸, em aproximadamente 9% há personalidades negras. Integraram esse time, portanto, os atores Lázaro Ramos; Thalma de Freitas; Jonathan Haasegen; Taís Araújo; Juliana Alves; Camila Pitanga e Príncipe Nabor; as cantoras Gaby Amarantos e Preta Gil; a então senadora Marina Silva e a jogadora Marta. Taís Araújo e Thalma de Freitas estiveram em destaque em dois momentos, enquanto Juliana Alves esteve em três capas diferentes, como detalhamos em “Apêndices”.

Gráfico 2: Representatividade nas capas de *TPM*.

Porcentagens quanto à representatividade em *TPM*, entre 2004 e 2014



Fonte: Gráfico elaborado pela autora.

¹⁰⁸ *TPM* apresentou 11 edições por ano, o que totalizaria 121 edições consideradas, da edição n.28 até a n.149. Entretanto, como em muitos meses a revista trouxe mais de uma opção de primeira página, foram contabilizadas 166 capas.

Notamos, assim, uma variação muito maior de personalidades e mesmo de tonalidades de pele negra representadas. Vale lembrar que incluímos nesse grupo as personalidades que, em suas declarações no meio midiático, consideram-se negras. Algumas dessas celebridades, inclusive, vêm assumindo um grande engajamento para tratar de discussões sobre a temática racial. Ao mesmo tempo, até esse grupo de famosos têm enfrentado ataques racistas¹⁰⁹, especialmente nas redes sociais, o que endossa as tensões que vêm eclodindo no país e a importância de tratar o assunto.

Seja como for, das 15 edições de *TPM* protagonizadas por pessoas negras, em seis uma pessoa branca aparece em outra versão de capa – e, em um momento, o espaço seria dividido entre uma personalidade negra e uma branca¹¹⁰. É como se minimizassem as possibilidades de rejeição a uma capa estampada por uma pessoa negra, disponibilizando uma capa alternativa. Oferecer uma outra opção para evitar uma possível reação negativa diante de uma capa fora do “convencional” foi um recurso já constatado anteriormente, como na edição de junho de 2013, em que houve duas capas, uma com Daniela Mercury e a namorada Malu Verçosa, e outra com o casal homossexual Thiago Lacerda e Vanessa Lóes.

Porém, admitimos que essa estratégia ou mero descuido, fazendo com que celebridades de caracterizações hegemônicas estejam em uma das opções, enquanto outras capas seriam mais transgressoras ou representativas, justamente enfraquece a postura de engajamento da revista quanto à diversidade, o que fica tão claro nessas edições em que uma celebridade branca está em uma das capas de um exemplar, enquanto a personalidade negra está em outra.

Em *TPM*, houve ainda edições protagonizadas por personalidades brancas com traços de outras etnias, como indígenas, negros ou orientais e mesmo árabes. Foram capas com celebridades como Alice Braga, Cléo Pires, Cauã Reymond, Juliana Paes, Emanuelle Araújo, Dira Paes,

¹⁰⁹ O ator Lázaro Ramos, por exemplo, tem sido palestrante de eventos que tratam de questões raciais e, em 2017, lançou o livro *Na minha pele*, pela Editora Objetiva, do Rio de Janeiro, com reflexões sobre o tema. Por outro lado, especialmente desde 2015, as celebridades negras vêm denunciando ataques racistas nas redes, o que ocorreu com a jornalista Maju Coutinho, com as atrizes Taís Araújo e Juliana Alves, entre outros.

¹¹⁰ A edição de outubro de 2014 de *TPM* traria os atores Betty Faria e Príncipe Nabor, em cena do filme brasileiro *Bye, Bye Brasil*, de 1979.

Bruna Marquezine, Valeska Popozuda, Sabrina Sato¹¹¹, Neymar. Por estas estimativas, as personagens de capa que se autoidentificam ou são identificadas brancas, enfim, que ainda são prioritariamente associadas a um *hall* de branquidade, embora tenham traços de outras etnias, representaram cerca de 13% das primeiras páginas.

Como se sabe, essas classificações são problemáticas, de modo que até a autodenominação nesse quesito racial, por parte dessas celebridades, suscita polêmica. O jogador Neymar, por exemplo, que também já sofreu ataques racistas em campo, recebe críticas por não se intitular como negro¹¹². Por outro lado, sabemos que em muitos contextos, Neymar ou tantas outras personalidades são, de fato, consideradas brancas.

Sueli Carneiro (1995; 2004) diz que quando se fala da mistura entre brancos e negros, o não-reconhecimento dos sinais de negritude é até incentivado e visto com bons olhos socialmente, o que deslegitima a identidade racial negra, como já foi anteriormente destacado. Na verdade, supomos que, não raro, as próprias ferramentas estéticas, como as cirurgias plásticas, ou os recursos de produção das plataformas midiáticas, com alisamento dos cabelos e maquiagem, ajudam a endossar o clareamento das personalidades que, em outras condições ou mesmo no início de carreira, por exemplo, talvez não fossem consideradas brancas. Tudo isso reflete a tensão sobre a temática, que segue tão latente, e denuncia como há uma invisibilização das pessoas negras e de seu pertencimento étnico, em um superdimensionamento da categoria “brancos” nas mídias, mesmo em uma sociedade tão diversificada como a brasileira.

Ora, retornando para o universo das capas de *TPM* como um todo, enquanto as personalidades autodeclaradas negras apareceram em 9% das primeiras páginas, as celebridades com traços de outras etnias, porém ainda relacionadas a uma branquidade, então, estiveram em 13% dos espaços. Já aquelas notadamente brancas representaram, no mínimo,

¹¹¹ Também incluímos nesta categoria a apresentadora Sabrina Sato, a única protagonista com aparente ascendência japonesa em todas as capas do *corpus*, tanto de *TPM* como também de *Claudia* – sugerindo, inclusive, uma defasagem quanto à representatividade desse grupo na mídia.

¹¹² Uma entrevista que o jogador concedeu ao jornal *Estadão* é frequentemente lembrada. Na época com 18 anos, Neymar disse: “Até porque eu não sou preto, né?”. Entrevista disponível em <http://cultura.estadao.com.br/noticias/geral.quero-um-porsche-e-uma-ferrari-na-garagem,542923>. Acesso em 19 set., 2017.

72% das capas. Foram personalidades como as atrizes Maria Flor, Bruna Lombardi, Fernanda Machado, Tatá Werneck e outras que também chegaram a ocupar os espaços privilegiados de *Claudia*, a exemplo de Angélica, Renata Vasconcellos, Grazi Massafera. Na verdade, mesmo as primeiras páginas de *TPM* que trazem ilustrações ou montagens, compondo 5% do total, na maioria das vezes fazem referência direta a corpos brancos ou à parte de um corpo branco – como a ilustração que remete a uma genitália rosada (TPM, set., 2012). O fato é que também no veículo da Editora Trip se mantém a discrepância entre a população brasileira, em sua composição racial, e o que é destacado.

Mesmo assim, em *TPM* as pessoas negras tendem a ser expostas sob perspectivas mais abrangentes. Desse modo, a atriz Juliana Alves esteve, em *TPM*, com uma expressão séria, em uma composição aliada aos tons escuros de fundo e do moletom vestido por ela, em exemplar que problematizou o combate ao racismo¹¹³ (TPM, abr., 2014). Tais recursos, somados à iluminação reduzida, endossam o caráter de seriedade da abordagem, de modo que o plano aberto, na capa considerada, chama atenção para o corpo negro de Juliana Alves, ao mesmo tempo em que a chamada principal destaca: “Ser negra no Brasil é (muito) f*da”. Retomaremos, mais adiante, a discussão de algumas ferramentas que ajudam a causar impacto, nesta capa.

Figura 30 - Capa de *TPM* com a atriz Juliana Alves.



Fonte: TPM, abr., 2014.

¹¹³ A tônica de problematização da edição seria endossada, na capa, por chamadas para: a matéria em que o cineasta brasileiro Quico Meirelles contou como ficou amigo da atriz queniana Lupita Nyong'o; a entrevista com a artista plástica Adriana Varejão sobre cotas raciais; o ensaio com o modelo negro Alexandre Cerqueira e ainda para a matéria principal, em que “mais de 50 mulheres discutem o que é enfrentar racismo e machismo ao mesmo tempo” (TPM, abr., 2014). Na versão aqui considerada, aparece o corpo inteiro da atriz mas, em outra versão da revista, o *close* fechado foca no rosto de Juliana, embora os demais elementos sigam os mesmos.

Enfim, anos antes, o ator Lázaro Ramos foi o protagonista de uma das opções de primeira página, atrás da chamada “Não vai comprar porque ele é negro?”, no exemplar que trouxe uma entrevista e um ensaio sensual com o ator (TPM, out., 2005). No espaço, Lázaro Ramos esteve em frente a um fundo branco, com um sorriso semi-aberto, sem camisa, com um lenço envolto no pescoço. O texto ainda enunciou: “Bonito, 14 filmes, ator da Globo, nunca foi chamado para uma campanha publicitária. Por que será?”. Vale lembrar, no entanto, que, ao mesmo tempo em que parece desafiar a leitora, trazendo um homem, sem camisa, com a provocação “Não vai comprar porque ele é negro?”, o que atua como um questionamento quanto ao racismo de quem lê, a revista oferece como outra opção, naquele mês, uma capa com a modelo Mariana Weickert, acompanhada de chamada em referência à matéria principal daquela edição, sobre o consumismo das mulheres – em mais um caso em que a categoria hegemônica, no caso, de pessoas brancas, segue sendo contemplada no *hall* das primeiras capas, como uma “opção” frente às capas mais transgressoras ou com representantes de grupos minoritários em algum quesito.

De todo modo, a maior exposição de personalidades negras em *TPM* ocorre de forma mais frequente do que em *Claudia*. Na verdade, parece haver uma certa preocupação de *TPM* quanto à representatividade que vai além das edições temáticas sobre racismo ou discriminação.

Outro aspecto que merece observação é a questão dos cabelos das personalidades negras na revista. Embora celebridades como Preta Gil (TPM, set., 2013) e Gaby Amarantos (TPM, ago., 2012), naquela capa sob o título “Eu não visto 38. E daí?”, tenham aparecido com os cabelos cacheados aparentemente mais alisados, há capas em que as protagonistas aparecem com os cabelos de forma mais natural.

Figura 31 - Capa de *TPM* com a atriz Taís Araújo.



Fonte: TPM, dez., 2011.

O cabelo afro de Taís Araújo (TPM, out., 2007; dez., 2011) – em clique em que ela aparece com a boca aberta, como se estivesse prestes a falar alguma coisa, reiterando as poses inusitadas nestes espaços – e as madeixas volumosas da atriz Thalma de Freitas (TPM, ago., 2006), por exemplo, foram expostos mais livremente nas primeiras páginas.

Mesmo os cabelos cacheados de mulheres brancas, a exemplo dos fios de Leandra Leal, Emanuelle Araújo, Patrícia Pillar, aparecem naturalmente, em uma frequência muito maior do que em *Claudia* que, embora destaque fios com volume e textura, parece privilegiar o cabelo liso ou, no máximo, as ondas calculadas produzidas por *baby liss*. Precisamos destacar, porém, que a naturalidade dos cabelos das mulheres negras nas capas se torna ainda mais importante, por ser um aspecto de valorização identitária, de visibilidade a um dos sinais fundamentais de negritude.

Nestes debates, seria possível supor que títulos direcionados especialmente para as personalidades negras pudessem garantir aspectos representatividade. De fato, a revista *Raça Brasil*, da Editora Escala, em circulação desde 1996, garante seu propósito, intitulado-se a primeira revista voltada para as pessoas negras do país. Porém, é necessário lembrar ainda que o próprio título reforça o pressuposto de que raça, no Brasil, é negra; como se fosse só a negra. O título também aponta para um eufemismo, como se, com “raça”, se pretendesse evitar a palavra “negra”. Outra questão é que a revista não deixa de cair nos estereótipos, definindo que “ser negro é ser alegre por natureza”, por exemplo (SCHWARCZ, 2012, p. 109).

Indo além, é preciso questionar até que ponto essa segmentação seria positiva e se, ao colocar as diferenças como pressuposto de todos os discursos da revista, não acabaria por mais uma vez segregar os negros. Em um país onde a maioria da população é negra, a circulação de uma revista só para esse grupo pode servir para mantê-lo à margem, como se ele devesse ficar restrito àquele título, enquanto todas outras centenas de publicações seriam voltadas para os brancos ou, no mínimo, não-negros. Por isso, embora se tenha em vista a importância de canais exclusivos para as pessoas negras como forma de afirmação e com consequências positivas inclusive para a autoestima do grupo, defendemos, principalmente, uma representatividade bem maior para as mulheres negras em todos os demais títulos, incluindo as duas revistas em questão, uma vez que são parte integrante da sociedade.

Como se vê, a questão racial no Brasil é complexa, sendo que apenas a eleição de uma “musa da igualdade” (CLAUDIA, set., 2009) ou mesmo a constatação de que “ser negra no Brasil é (muito) f*oda” (TPM, abr., 2014) não bastam para dissolver as discriminações nesse âmbito. Ao mesmo tempo, justamente os elementos que compõem uma capa, a seleção de personagens, enfim, seus discursos, juntamente com outras sutis práticas individuais e institucionais, podem integrar um “modo de pensar que naturaliza a hierarquia racial” (TELLES, 2012, p. 125) e, de igual maneira, podem fazer parte de um modo de pensar que seja capaz de desnaturalizar tais estruturas, o que endossa a importância das problematizações.

2.3 AS OUTRAS DIMENSÕES NA ANÁLISE DOS ELEMENTOS DE CAPAS

2.3.1 Dimensão interacional

Retomando a análise de capas com base na teoria de Gunther Kress e Theo van Leeuwen (2006), enquanto a dimensão representacional, analisada até aqui, exigiu examinar os elementos da imagem, como o cenário, e suas participantes, o que abarcou ainda a discussão sobre aparência e sobre questões de representatividade, a dimensão interacional concentra a investigação de como determinados recursos serão utilizados no estabelecimento de relações entre quem produziu a imagem e suas observadoras. Quatro aspectos principais são pensados nesse sentido: contato, distância social, perspectiva e modalidade.

Quanto ao contato, ou *gaze*, é preciso considerar se a personalidade da imagem olha ou não para a leitora. Nas revistas

femininas em questão, o mais comum é encontrar imagens de pedido ou demanda, requerendo um contato mais próximo da observadora. Assim, em todas as capas selecionadas de *Claudia* é estabelecida uma relação imaginária de proximidade entre a celebridade e a sua leitora, por meio do olhar dessa celebridade diretamente para a câmera e, portanto, para quem a observa. Essa identificação será reforçada pela expressão facial que, no caso dos exemplares do *corpus* do veículo da Abril será de um sorriso, em uma proposta de afinidade¹¹⁴.

Em *TPM*, no que se refere ao *corpus*, em 11 capas o foco é a leitora, em imagens de demanda – a capa de agosto de 2012, com Gaby Amarantos, é a exceção, como analisaremos a seguir. No entanto, diferentemente de *Claudia*, a expressão facial das mulheres representadas nas imagens sugere muito menos afinidade do que sedução e, principalmente, intimidação e provocação. Isso é evidente, por exemplo, na seriedade de Leandra Leal (*TPM*, fev., 2005), que apareceu com os braços cruzados.

Figura 32 - Capa de *TPM* com a atriz Leandra Leal.



Fonte: *TPM*, fev., 2005.

¹¹⁴ O exemplar de outubro de 2005 de *Claudia*, edição comemorativa de 44 anos da revista, no entanto, se diferencia das demais ao trazer, em seguida à capa principal com Ana Hickmann, outras duas contracapas. Essas duas últimas capas, com as chamadas para as matérias de menos destaque na edição, concentram duas imagens com a modelo e apresentadora: em uma, Ana aparece cheirando uma flor – o que esconde seu sorriso – enquanto em outra, a posição é praticamente a mesma da capa principal, com a diferença de que Ana segura o caule da flor com os dentes – mantendo, no caso, o sorriso. Trata-se, portanto, de três propostas diferentes, ainda que não muito diferenciadas. Essa foi a única edição encontrada que traz contracapas. Na análise de gramática visual, optamos por se analisar somente a capa principal, visualizada pelas leitoras nas bancas.

Em julho de 2007 e em abril de 2014, Tainá Müller e Juliana Alves, respectivamente, estão com a cabeça inclinada, potencializando a tônica de provocação. Juliana inclina levemente a cabeça para o lado, como se estivesse impelindo um posicionamento da leitora, naquele exemplar sobre discriminação racial, enquanto Tainá, com o queixo para cima, sugere ser destemida e parece quase desafiar o seu público, ao estilo de “vai encarar?”.

Mota-Ribeiro (2010) ressalta como a pose da mulher representada, na imagem, pode influenciar na relação construída com a leitora, de modo que mãos na cintura, nos bolsos e poses de desafio, como é comum encontrar em *TPM*, reforçam a criação de uma relação entre alguém superior que se dirige a alguém inferior, propondo uma relação de admiração ou até de inveja. Assim, é como se as personalidades de *TPM*, com as mãos na cintura, com os braços cruzados ou com o queixo para cima, tivessem algo a dizer, enfim, merecessem respeito. No caso de *Claudia*, as posturas mais descontraídas ou de exibição do corpo, imitando um desfile de moda, tendem a suscitar afinidade ou admiração de uma maneira mais sutil e suave.

De um modo geral, o que as capas de demanda, tão frequentes em ambas as revistas, têm em comum é que todas parecem exigir uma resposta de seu público, alguma atitude ou interação. Nesse sentido, elas delimitam o que esperam daquelas observadoras, o que é reforçado, muitas vezes, pelas mensagens textuais, especialmente aquelas dirigidas a “você” – a exemplo de “Você tem o poder” (*CLAUDIA*, mar., 2012) e “Você não é gorda!” (*TPM*, dez., 2006). Quando Sabrina Sato aparece com uma expressão de espanto, acompanhada da chamada “Você acha Sabrina Sato burra?” (*TPM*, out., 2009), por exemplo, é como se a apresentadora estivesse assustada diante de uma possível resposta positiva a essa pergunta¹¹⁵. Assim, os elementos textuais aliam-se aos elementos visuais no estabelecimento de relações entre as personagens das imagens e as leitoras. Além disso, é como se, com aquela edição em mãos, ou seja, comprando a revista, a leitora conseguisse responder adequadamente às interpelações feitas na primeira página.

¹¹⁵ Em outra versão dessa edição o foco no rosto da apresentadora intensificaria o caráter de espanto.

Figura 33 - Capa de *TPM* com a apresentadora Sabrina Sato.



Fonte: TPM, out., 2009.

Como sinalizamos, em *TPM*, há capas que promovem uma certa erotização. É o caso da capa protagonizada por Alice Braga, em expressão de leve sorriso, com as mãos entre as coxas, sentada na areia (TPM, dez., 2008). A chamada destaca: “com 25 anos e 12 longas (com Will Smith, Harrison Ford e Rodrigo Santoro), a atriz de maior destaque no cinema internacional conta à *TPM* que não se deslumbrou com a fama... e muito mais”. A postura de Alice Braga somada à chamada conferem uma sugestão de revelação, o que não deixa de ter uma carga erótica. Não basta, então, ser como Alice, é preciso desejá-la. O leve sorriso da atriz e o olhar direto para o público reiteram esse sentido de impelir a leitora a um desejo.

Figura 34 - Capa de *TPM* com a atriz Alice Braga.



Fonte: TPM, dez., 2008.

Nesse caso, vale o questionamento:

Mulheres que olham para mulheres [...] de forma sedutora e erotizada (em muitos casos), significa que a posição que as mulheres são convidadas a

ocupar é masculina ou masculinizada, e nesse caso, necessariamente feticlista e *voyeurista*? Ou será antes uma posição narcisista, em que as mulheres são convidadas a olhar para si próprias e a retirar algum tipo de prazer ou de recompensa disso? (MOTA-RIBEIRO, 2010, p. 263)

Em *TPM*, de fato, a sugestão de sedução ou erotização nas capas protagonizadas por mulheres parece menos uma proposta das leitoras se voltarem sexualmente para outras mulheres, em uma ideia de desejo homossexual, do que um convite para que se assuma o olhar *voyeurista* masculino ou narcisista sobre si mesma. É preciso pontuar, inclusive, que a revista pode levar em conta que parte de seu público é masculino, embora em uma porcentagem pequena – em torno de 8%. De todo o modo, enquanto em *Claudia* é mais marcante a promoção à identificação e a instigação a um olhar sobre si como mulher, *TPM* abre espaço para um olhar de caráter mais sexual em relação ao próprio corpo. Ainda assim, essa ênfase no lado sexual parece se intensificar quando há homens nas capas, com personalidades normalmente aparecendo sem camisa¹¹⁶.

Quando o foco do olhar da personagem da imagem não é a leitora, caracterizando uma imagem de oferta, a ideia transmitida é que a personalidade é elemento de informação ou objeto de contemplação (FERNANDES; ALMEIDA, 2008, p. 19). É o caso da capa de agosto de 2012 de *TPM*, com Gaby Amarantos, única imagem de oferta do *corpus*. Na cena – disponibilizada também em “Anexos” –, Gaby aparece com o maiô abaixado e os seios cobertos pelas mãos e, enquanto sorri, olha para alguém que não aparece na imagem – como mencionamos no tópico sobre a “dimensão representacional” –, de modo que a ideia de oferta e do corpo da celebridade como alvo de contemplação é endossada por aquela chamada “Eu não visto 38. E daí?” e pela câmera mais alta em relação ao olhar da leitora.

As imagens de oferta podem ainda sugerir um aspecto mais realista, como se a observadora estivesse à espreita sem interferir no que está ocorrendo. Esse processo que confere poder à leitora, como se pegasse as personalidades de surpresa, parece ser um dos recursos que *TPM* utiliza mesmo em imagens de demanda, talvez como estratégia para sugerir uma naturalidade e casualidade nas cenas, à revelia das

¹¹⁶ Uma das capas de edição mais recente, de outubro de 2015 causou furor ao trazer o ator Reynaldo Gianecchini sem camisa e aparentemente sem cueca, em um *close* evidenciando até a parte superior de seus pelos pubianos.

produzidíssimas capas de suas concorrentes. Assim, na edição de maio de 2013, embora Ana Paula Padrão esteja fitando sua observadora, ela parece ser pega no flagra no momento em que vestia um moletom, pois apenas seus braços estão vestidos com a peça. O cabelo com fios desalinhados e a pouca maquiagem também sugerem um caráter de casualidade, como os lábios que, semi-cerrados, dão a ideia de que a jornalista estava falando algo quando foi fotografada.

Figura 35 - Capa de *TPM* com a apresentadora Ana Paula Padrão.



Fonte: TPM, maio, 2013.

Outro aspecto que merece atenção se trata do enquadramento, determinando a distância simbólica entre as participantes da imagem e as espectadoras. Como as revistas femininas costumam prezar pela ideia de proximidade com o público, esse recurso é utilizado de tal forma que é quase como se as celebridades das imagens estivessem ao alcance das mãos.

Portanto, entre as capas selecionadas de *Claudia*, cinco¹¹⁷ trazem as modelos no *medium close shot*, o close fechado, ou seja, com o corte aproximadamente no peito, como se a celebridade estivesse, de fato, próxima à leitora. Nesse caso, as observadoras são “convidadas a perscrutar visualmente corpos, faces, lábios, perfeitos e a construir esse mundo de perfeição como próximo de si” (MOTA-RIBEIRO, 2010, p. 273). O plano fechado será compartilhado por diversas capas, de modo que as diferenciações entre Camila Pitanga, em março de 2006, e Flávia Alessandra, em abril de 2007, ficam mais a cargo da produção de maquiagem e de cabelo e das cores de fundo e dos tipos de fonte

¹¹⁷ Os exemplares que apresentaram essa característica foram: maio de 2004, outubro de 2005, março de 2006, abril de 2007 e abril de 2011.

utilizados nas chamadas. É possível notar um padrão recorrente na aplicação desses recursos, independentemente do fotógrafo que trabalha na capa¹¹⁸.

Figura 36 - Capa de *Claudia* com a atriz Flávia Alessandra.



Fonte: CLAUDIA, abr., 2007.

As outras sete¹¹⁹ capas de *Claudia* do *corpus* propuseram o *medium shot*, ou seja, close médio, com as modelos aparecendo aproximadamente até a região dos joelhos, no máximo. Nesse enfoque, fica mais evidente a aproximação entre as capas e as passarelas de moda, o que é reforçado pelas poses das celebridades, destacando o próprio vestuário, como Mariana Ximenes que, em junho de 2008, segura o suspensório que veste, por exemplo.

No caso de *TPM*, não há plano fechado entre as edições selecionadas para o *corpus*. De qualquer forma, ele parece ser adotado pelo veículo quando o intuito é conferir intimidade à cena, mais do que visando à identificação – como parece ocorrer em *Claudia*. Assim, na *TPM* de junho de 2013, o plano que privilegia os rostos destaca o beijo entre a cantora Daniela Mercury e a namorada Malu Verçosa, conferindo tal intimidade.

Já como ferramenta para evidenciar especialmente figuras que seriam desviantes ou marginalizadas de alguma forma na sociedade, a revista lança mão do distanciamento nos enquadramentos. Desse modo, nas três capas com planos abertos, *TPM* apresenta o corpo comum e que

¹¹⁸ Nana Moraes é a fotógrafa tirou a maior parte das fotos de capa das *Claudias* consideradas no *corpus*. Mas também estiveram entre os fotógrafos das capas André Schiliró, Miro, Fernando Louza, Fabio Sarraff, Gerald Giaume e Igor Olszowski.

¹¹⁹ As capas em *medium shot* são das edições de junho de 2008, setembro de 2009, agosto de 2010, março e agosto de 2012, dezembro de 2013 e novembro de 2014.

“não é gordo” de Vanessa Trielli (TPM, dez., 2006), o corpo que não veste 38 de Gaby Amarantos (TPM, ago., 2012), e o corpo negro que sofre racismo de Juliana Alves (TPM, abr., 2014). Destacamos que, enquanto *Claudia* nunca usaria esse recurso, *TPM* utiliza o plano aberto como estratégia de exposição corporal ou, mais ainda, de corpos que, em alguma medida, não são comuns, normalmente, nas primeiras páginas dos magazines. Portanto, confere-se o enquadramento aberto para o corpo inteiro de Vanessa Trielli, evidenciado ainda por um maiô e pela postura de braços abertos dela, que seria uma das entrevistadas da matéria de capa, sobre os padrões estéticos. O sorriso e o olhar diretamente voltado para a leitora amplificam a ideia de identificação com o público, na edição intitulada “Você não é gorda!” (TPM, dez., 2006).

Figura 37 - Capa de *TPM* com Vanessa Trielli.



Fonte: TPM, dez., 2006.

Mas é o plano médio a escolha mais frequente do veículo da Editora Trip, de modo que nove entre as 12 capas trazem esse enquadramento, expondo as personalidades até, no máximo, a altura do joelho¹²⁰. Diferentemente de *Claudia*, as capas com esse plano em *TPM* estão longe de sugerirem a idealização das passarelas. Na verdade, em *TPM*, o plano médio atua no sentido de mostrar uma ação que está sendo desenvolvida pela personalidade, como tirar um coelho da cartola, como fez Fernanda Torres (TPM, nov. 2010), ou mesmo para colocar a

¹²⁰ As seguintes edições se encaixaram nesse *hall* de plano médio: março de 2004; fevereiro de 2005; julho de 2007; dezembro de 2008; outubro de 2009; novembro de 2010; dezembro de 2011; maio de 2012 e maio de 2013. Pontua-se que foram incluídas nessa lista as capas em que as celebridades aparecem sentadas no chão, com o enfoque, portanto, na parte superior do corpo.

personalidade representada em evidência sem, no entanto, aproximá-la tanto da leitora, como poderia sugerir um plano fechado ¹²¹.

No caso do ângulo das imagens, sabemos que o ângulo frontal é outra alternativa para ampliar o nível de envolvimento com o público. Segundo Mota-Ribeiro (2010), esse tipo de perspectiva também faz com que a observadora veja como positivo o que está sendo colocado na imagem. Por isso, não poderia deixar de ser a escolha mais recorrente entre as revistas femininas, a que se somaria ainda, com frequência, a escolha de câmera no nível do olhar da observadora, reiterando um aspecto de aproximação e identificação.

Entre as capas das revistas selecionadas de *Claudia*, então, privilegiam-se ângulos frontais, com os corpos voltados para a frente. Mas em quatro momentos há outras propostas, com os corpos das personagens aparecendo levemente ou muito de lado. No caso da edição com Isabeli Fontana e Zion (CLAUDIA, maio, 2004), o posicionamento certamente se deve à postura necessária para a modelo segurar o filho no colo. Nas capas com Luiza Brunet e Grazi Massafera (CLAUDIA, ago., 2010; CLAUDIA, mar., 2012), o ombro esquerdo um pouco para a frente, deixando o corpo levemente para o lado, parece aproximar os cenários às passarelas de moda. Mas é no espaço com Débora Nascimento que o corpo aparece mais de lado, entre as selecionadas, trazendo um ângulo oblíquo (CLAUDIA, nov., 2014). Já Camila Pitanga chega a aparecer com o rosto ligeiramente voltado para o lado, lançando um olhar mais lateral para a leitora, embora com o corpo sendo disposto frontalmente (CLAUDIA, mar., 2006). De todo o modo, notamos, nesses casos, que qualquer distanciamento que poderia ser proporcionado por essas posturas é minimizado por outros elementos, como o sorriso das personagens e o contato visual com o público.

¹²¹ Em *TPM*, há uma intensa variação de fotógrafos de capa, acompanhando a variedade de enfoques. De qualquer forma, entre as selecionadas, dois cliques foram feitos por Daniel Aratangy (TPM, dez. 2008; TPM, dez., 2011), que também fez fotos de capa para *Claudia*. O compartilhamento desse profissional aliada à diferença dos produtos em cada um dos dois títulos reitera a ideia de que a proposta do veículo prevalece em relação ao estilo do fotógrafo.

Figuras 38 e 39 - Capas de *Claudia* com Camila Pitanga, em 2006, e Débora Nascimento, em 2014.



Fonte: CLAUDIA, mar., 2006; CLAUDIA, nov., 2014.

Das 12 capas selecionadas de *TPM*, 10 adotam o ângulo frontal¹²². Entre as duas edições remanescentes, que não adotam esse estilo, está a capa em que Leandra Leal aparece com o corpo ligeiramente na lateral, mas com os braços cruzados e o rosto voltado para frente, reiterando a ideia de enfrentamento ao público naquela edição que tratou do aborto (*TPM*, fev., 2005). Já na imagem com Gaby Amarantos (*TPM*, ago., 2012), o ângulo oblíquo, com o corpo da personalidade quase de lado para o público, contribui para a sugestão de que ela está alheia à observadora, como se não estivesse se importando com o que pensam dela.

Figuras 40 e 41 - Capas de *TPM* com Leandra Leal e Gaby Amarantos.



Fonte: *TPM*, fev., 2005; *TPM*, ago., 2012.

Quanto à modalidade, ou seja, quanto às questões que parecem dar credibilidade e efeito de real às imagens, é preciso observar aspectos

¹²² As edições com ângulo frontal são: maio de 2004; dezembro de 2006; julho de 2007; dezembro de 2008; outubro de 2009; novembro de 2010; dezembro de 2011; maio de 2012; maio de 2013 e abril de 2014.

como a maior ou menor saturação da cor, a iluminação, o brilho e a profundidade, que contribuem para tornar as cenas mais ou menos críveis.

A predominância das capas das revistas analisadas segue a orientação que os autores chamam de naturalista, mais ancorada em fotos (KRESS, van LEEUWEN, 2006), com o realismo como um critério de confiabilidade. Afinal, embora estejam diretamente relacionadas à função de entretenimento, as revistas, como integrantes de uma categoria de jornalismo, não deixam de ter uma preocupação com a credibilidade. Será essa credibilidade que as legitimará como materiais que merecem confiança, com recomendações a serem seguidas, reforçando a importância de sua aquisição pelas leitoras.

Em *Claudia*, as capas, incluindo as do *corpus*, têm iluminação e brilho que se aproximam ao natural, com elementos de cor e luz similares àqueles que se encontram no cotidiano, o que não deixa de mascarar a intensa produção e até os retoques de programas de computador tão comuns nesses produtos.

TPM tende a explorar mais recursos, que não os exclusivamente naturalistas, em suas capas. Assim, em dezembro de 2014, por exemplo, a revista propôs uma capa com uma montagem de bonecas de Branca de Neve e um sapo de brinquedo, para ilustrar a edição sobre “casamentos *freestyle*”, os relacionamentos não-monogâmicos – vale pontuar, no entanto que, na prática, os elementos remetem a mulheres brancas. Anos antes, a revista evidenciou uma montagem com a ilustração de várias frutas, formando uma pessoa, em referência ao fenômeno das “mulheres-fruta” (TPM, fev., 2009). Essas ilustrações conferem uma abstração maior aos exemplares, ampliando as possibilidades criativas nas primeiras páginas.

Figura 42 - Capa de *TPM* de edição sobre relacionamentos não-monogâmicos.



Fonte: TPM, dez., 2014.

Em relação às cores, ingrediente importante das imagens para promover prazer ou significados afetivos (KRESS; van LEEUWEN, 2006), em *Claudia*, as edições de junho, mês do dia dos namorados, são sempre salpicadas de elementos em vermelho, em referência à paixão, do mesmo modo que as edições de aniversário apostam no dourado, como índice de *glamour* e comemoração. A publicação também abusa do branco e de tons de azul e rosa, que remetem à tranquilidade.

TPM não tem uma paleta de cores que seja mais recorrente em suas capas. O tom de cada edição parece ser escolhido conforme o tema em destaque, mas também com base em questões estéticas, considerando a combinação de tons entre as chamadas e o cenário de fundo. De qualquer forma, no período em questão, *TPM* costumou lançar mão de tons fosforescentes para evidenciar chamadas e logos.

A revista da Editora Trip também ousa mais em relação à iluminação. Apesar da maioria das edições contar com a iluminação naturalista, como em *Claudia*, há edições como a mencionada edição com Daniela Mercury beijando a namorada Malu Verçosa, com uma iluminação reduzida, conferindo um tom intimista e até artístico à imagem em preto e branco, à que se soma a falta de foco da cena (TPM, jun., 2013). Nos exemplares selecionados, a pouca iluminação de Grazi Massafera grávida, em uma imagem também em preto e branco, dá o mesmo efeito (TPM, maio, 2012). Em outros dois exemplares selecionados, a iluminação é usada como recurso para dar mais destaque à figura de capa: Gaby Amarantos (TPM, ago., 2012) e Juliana Alves (TPM, abr., 2014).

2.3.2 Dimensão composicional

Na análise das capas de revista, como imagens, propomos considerações sob três dimensões principais, ressaltadas na metodologia da gramática do *design* visual de Kress e van Leeuwen (2006). A elas, temos acrescentado ainda questões referentes aos estudos feministas e aos estudos culturais, visando a um aprofundamento dos debates. Desse modo, com um olhar sobre as primeiras páginas de *Claudia* e *TPM*, realizamos, anteriormente, aferições sobre a dimensão representacional, enfocando no que é trazido pela imagem, em relação às personalidades representadas, ao cenário e etc., e sobre a dimensão interacional, abarcando especialmente as relações sugeridas entre as personagens das imagens e suas espectadoras. Por fim, partimos para a dimensão composicional, que concentra o modo como as duas dimensões anteriores se articulam e como os elementos se organizam, formando um todo coerente e significativo.

O primeiro ponto a ser considerado na dimensão composicional é o valor de informação, determinado pelo posicionamento dos elementos na imagem. Com base nisso, notamos que as chamadas nas revistas tendem a ocupar principalmente a parte do meio da página para baixo, o que fica mais evidente ainda em *TPM*. Isso certamente ocorre para que as mensagens estejam mais rapidamente no alcance do olhar da leitora.

O projeto gráfico das publicações faz com que o lugar de alguns elementos seja fixo, restringindo variações nesse sentido. Assim, as logomarcas de *Claudia* e *TPM* aparecem sempre no topo da página. Por ter o nome mais comprido, *Claudia* ocupa todo o topo da página, desde seus primeiros exemplares, na década de 1960. Já *TPM* exige menos espaço e, por isso, ocupa apenas o canto superior esquerdo. Kress e van Leeuwen (2006) lembram, inclusive, que os elementos posicionados do lado esquerdo costumam ser aqueles admitidos como dados, familiares, enquanto os do lado direito seriam os novos ou que requeiram mais atenção.

De qualquer forma, em relação às chamadas das publicações, parece não haver uma regra, estando elas ora do lado direito, ora do esquerdo, ora no centro, de maneira equilibrada. As diagramações dos textos nas páginas também mudam em função das poses das personalidades. O foco da atenção, portanto, parece ser mais determinado, nas revistas, pelos destaques da fonte, por meio de cores e tamanhos das letras.

Envolve ainda a dimensão composicional a saliência, que se refere à hierarquização dos elementos, ou seja, o modo como o olhar é

atraído primeiro para alguns pontos da imagem, e depois para outros. Nesse quesito, são considerados fatores como distância, focagem, contraste, saturação, localização no campo visual e fatores culturais. Afinal, os corpos têm, culturalmente, um maior “peso” na imagem – e, como estamos debatendo, os corpos femininos brancos e magros são alvo do olhar de maneira mais recorrente.

Enfim, em *Claudia*, o ponto mais saliente costuma ser o rosto da personagem principal, pelo tamanho que ocupa, pela localização, normalmente central, pelo ângulo, normalmente frontal, e pelo plano mais próximo. Considerando que o corpo feminino tem, no contexto atual, um grande apelo visual, há uma grande relevância das partes corporais nas capas em que as celebridades aparecem mais expostas. Assim, o decote de Gisele Bündchen (CLAUDIA, abr., 2011) e o colo de Mariana Ximenes (CLAUDIA, jun., 2008) acabam sendo os pontos de partida do olhar, junto com os rostos. O mesmo ocorre na capa com Grazi Massafera (CLAUDIA, mar., 2012), com seus contornos de mulher grávida atraindo a atenção.

As primeiras páginas da publicação da Editora Abril tendem a prezar pela naturalidade de iluminação e por imagens focadas. No entanto, trabalha-se, predominantemente, no sentido de destacar uma chamada principal por edição, colocada em tamanho maior de letra e em cor diferenciada. As demais chamadas são hierarquizadas em cores e tamanhos variados de fonte.

Embora em *TPM* não haja uma uniformização das capas, a tendência é se olhar primeiro para o rosto das personagens, de modo que a revista chega a potencializar esse efeito em exemplares como o de abril de 2014, em que o figurino preto e fechado de Juliana Alves quase se confunde com o cenário de fundo, destacando o rosto sério da atriz, efeito ressaltado pela menor iluminação.

As posturas provocadoras fazem com que se lancem os olhos também para os braços e mãos das personalidades em cenas como a de Sabrina Sato segurando uma girafa de brinquedo com uma mão e colocando a outra mão na boca, em sinal de espanto, naquela capa que teria a chamada “Você acha Sabrina Sato burra?” (TPM, out., 2009). Se objetos inusitados ganham espaço na hierarquia visual, também têm atenção garantida o coelho que Fernanda Torres parece tirar da cartola, naquela edição que destacou “Fernanda pode tudo” (TPM, nov., 2010).

Figura 43 - Capa de *TPM* com a atriz Fernanda Torres.



Fonte: TPM, nov., 2010.

Mesmo assim, como aferimos, *TPM* igualmente se vale da exposição dos corpos para atrair a atenção, e os próprios figurinos, como maiôs e corpetes, no caso das mulheres, confluirão para isso, juntamente com as posturas e os demais recursos de iluminação. De todo o modo, entre os exemplares selecionados, são os corpos admitidos como “fora do padrão”, em alguma medida, que ganham maior exposição. Os seios fartos e barriga de grávida à mostra de Grazi Massafera de biquíni (TPM, maio, 2012), o corpo “comum” de Vanessa Trielli vestido por um maiô (TPM, dez., 2006/ jan. 2007), os contornos além do tamanho 38 de Gaby Amarantos, também de maiô (TPM, ago., 2012), acabam ganhando o principal foco das imagens, o que será debatido mais profundamente na análise das matérias com as referidas personalidades.

Complementando a dimensão composicional, há a questão de delimitação, que considera a associação entre os elementos da imagem. Pode haver, portanto, a conexão por meio de cores e formas da composição ou ainda a desconexão, pelo contraste desses elementos. Mas, no caso das revistas femininas, a ideia é sempre prezar pela coerência do todo imagético, reiterando os ideais propostos.

Desse modo, em *Claudia*, Taís Araújo aparece com um vestido da mesma cor do cenário (CLAUDIA, set., 2009), dando a ideia de unidade, do mesmo modo que o tom esverdeado do figurino de Glória Pires se aproxima da cor da logo e de chamadas da revista (CLAUDIA, dez., 2013).

A preocupação com a coerência do todo é de tal modo evidente que as chamadas principais por vezes direcionam qual o aspecto da celebridade deve ser destacado, com base nos assuntos propostos pelo exemplar. Assim, enuncia-se de Luiza Brunet (CLAUDIA, ago., 2010):

“Fantástica em qualquer idade: moda e beleza para revelar o melhor de você”. A chamada chega a se sobrepor à figura da celebridade, centralmente, reiterando a ligação entre Luiza Brunet e o “estar fantástica em qualquer idade” nos quesitos de moda e beleza.

Figura 44 - Capa de *Claudia* com a atriz Luiza Brunet.



Fonte: CLAUDIA, ago., 2010.

Vale lembrar que os recursos operam de modo a promover uma conexão com o público. Portanto, na chamada da edição com Luiza, a revista incita a leitora, impelida por “você”, a se colocar no lugar da atriz como quem olha para um espelho – sendo que os aspectos como ângulo frontal, o olhar diretamente para a espectadora, o plano próximo, a postura descontraída e etc. só vão ressaltar essa identificação.

É o caso também da capa de março de 2012 de *Claudia*. Na ocasião, a postura de Grazi, com os braços soltos e o peitoral para frente, em referência às poses de passarela, indica imponência, o que também é sinalizado pela chamada “Você tem o poder”. A construção é feita de forma que a leitora veja Grazi como vê a si mesma, num reflexo. Ao se projetar na figura de Grazi, a leitora credita para si aquele poder de que se fala. O mesmo é proposto na edição com Mariana Ximenes (CLAUDIA, jun., 2008), que lança mão de ferramentas similares de aproximação e envolvimento. A publicação, mais uma vez, estimula a leitora a se colocar no lugar da atriz, loira, magra, branca, jovem, enquanto enuncia, na chamada principal, “Ame seu corpo”.

Figura 45 - Capa de *Claudia* com a atriz Mariana Ximenes.



Fonte: CLAUDIA, jun., 2008.

A promoção de identificação por parte de *Claudia* pode pressupor prazer e contentamento, pela autoprojeção em uma personalidade de sucesso. Por outro lado, é de se questionar que efeito essa autoprojeção teria sobre a visão que se tem de si mesma. Afinal, haveria como mirar a revista sem se colocar no lugar de Mariana Ximenes e sem se comparar com ela? Haveria como amar o próprio corpo tendo um corpo totalmente diferente daquele da atriz? Ou ainda, a leitora teria o poder desde que se parecesse com Grazi Massafera? Ou deveria se projetar em Grazi mesmo sendo totalmente diferente, em cor de pele, estilo de corpo, idade, em um processo esquizofrênico? Tratam-se de mecanismos, então, que podem gerar não apenas a frustração como até a negação de si mesma, pela incompatibilidade entre o que é apontado como modelo e a realidade, especialmente em termos de aparência.

No caso de *TPM*, há uma preocupação em delimitar a personalidade de que se fala, mais do que apenas promover sua aproximação com a leitora. Enquanto em *Claudia* as mulheres aparecem em plano próximo, com sua nomeação normalmente em letras menores, no canto da página, em *TPM*, a personalidade de capa é escancaradamente nomeada, em fontes que se sobrepõem às suas figuras, por vezes distanciadas em planos médios ou até abertos: “Leandra Leal: a menina que nunca aceita um não” (TPM, fev., 2005) e “Fernanda [Torres] pode tudo” (TPM, nov., 2010).

As capas que parecem prezar mais por identificação por parte da leitora, desde as chamadas como “Você não é gorda!” (TPM, dez., 2006), são justamente aquelas que trazem corpos considerados fora das normas, problematizando os padrões estéticos. Nesses casos, o público é, de fato, aproximado a corpos mais comuns, enfim, corpos “reais”.

TPM, então, tende a se distanciar da publicação da Abril nesse aspecto, abrindo espaço para a identificação por meio de contornos corporais mais condizentes com a realidade.

No entanto, a exaltação aos corpos magros e brancos ainda se mantém por meio de capas com celebridades conhecidas também das revistas mais tradicionais. Tainá Müller, por exemplo, é conhecida por estar dentro do modelo de beleza hegemônico, embora seus atributos físicos não sejam ressaltados na chamada de capa de *TPM*, pontuando-se que ela seria a “mulher que o cinema nacional procurava” (TPM, jul., 2007).

Mota-Ribeiro (2005) ressalta que há uma relação entre imagens sociais e imagens visuais. Segundo a autora, por um lado, a sociedade produz imagens e representações visuais do feminino, nos diferentes meios, que são elas mesmas reflexo e resultado de uma ideia socialmente enraizada quanto à feminilidade. Por outro lado, aquelas imagens produzem e sedimentam modos de pensar o feminino nessas sociedades e, portanto, as “imagens criam imagens” (MOTA-RIBEIRO, 2005, p. 657).

Tendo-se ainda em mente a exposição de Martine Joly (2012, p. 39) de que a imagem tem como função evocar, dizer uma coisa que não é ela própria, utilizando-se do processo de semelhança, sabemos que a foto de Taís Araújo na capa da revista não é, obviamente, a Taís real, mas uma evocação a ela, uma referência à realidade e que está a tal ponto ligada a essa referida realidade na mente do público que não é de se estranhar que as leitoras da publicação se sintam mais próximas da atriz, quase como se fossem conhecidas ou amigas – e, como se vê, elementos como a pose da modelo e o ângulo da foto favorecem nesse sentido. As correspondências das leitoras nas seções de opinião das duas revistas, em tom intimista, cumprimentando as personalidades, corroboram essa ideia.

Daí a importância de haver mais personalidades que fujam dos padrões de branquidade, de magreza, de heterossexualidade, enfim, daí a importância de haver outras mulheres, como aquelas fora dos modelos hegemônicos, nas capas para, pela repetição, condizer com a realidade brasileira e sua população.

Os meios de comunicação concentram um poderoso potencial para a transformação dos cenários. Se as telenovelas, por exemplo, propõem as pessoas negras apenas como serviçais, malandras, “macumbeiras”, escravas ou como sedutoras “mulatas”, como expôs Joel Zito Araújo (2008), ou ainda, se o senso comum elenca as pessoas gordas como preguiçosas, em contrapartida, colocar a mulher negra ou a

mulher gorda na capa de uma revista com frequência seria ir contra as proposições discriminatórias.

A beleza e plasticidade de fotos, aliadas à produção de maquiagem e figurino, em maior ou menor medida, das revistas podem contribuir para a consolidação de um lugar fora da marginalidade nos discursos, o que certamente teria efeitos positivos na construção da imagem que essas outras mulheres ou “mulheres outras” fazem de si mesmas. E, principalmente, pela insistência na reprodução a essas outras referências, a existência de grupos até então subalternizados poderia se materializar no meio midiático como um todo e nos outros espaços mais privilegiados da sociedade.

2.3.3 As chamadas de capa em *Claudia*

Após esse panorama sobre as dimensões representacional, interacional e composicional nos magazines, é preciso considerarmos ainda as chamadas textuais, que são um grande atrativo das primeiras páginas e um elemento fundamental na constituição das imagens como um todo.

Em *Claudia*, em média, são cerca de sete a nove chamadas de capa por edição, acompanhadas de suas breves explicações ou subtópicos. Como era de se esperar, a estética corporal é o tema mais frequente, seguido por bem-estar, com matérias abordando espiritualidade ou questões psicológicas, e entrevistas com celebridades.

O tom de intimidade, conferido já nos aspectos visuais, aparece bem marcado nos textos e suaviza o caráter impositivo: “Ame seu corpo”, a que se seguem as proposições “Técnicas e truques para endurecer a barriga, firmar o bumbum, modelar as pernas e ter seios lindos. Tratamentos que corrigem a postura e protegem a coluna” (CLAUDIA, jun., 2008) e “Linda em 5 minutos: como dar jeito na aparência cansada, nos cabelos rebeldes...” (CLAUDIA, dez., 2013).

O cuidado com a aparência é uma máxima, reiterada até quando a revista menciona, em chamada de capa, a então senadora Heloísa Helena: “Exclusivo: Heloísa Helena de visual novo. Ela topa o nosso desafio, muda o cabelo com Marco Antônio de Biaggi e faz maquiagem com Kaká Moraes. A senadora como ninguém vê: desarmada, sorridente, exuberante” (CLAUDIA, mar., 2006). O direcionamento passa longe do cunho político que se suspeitaria encontrar em uma matéria com a então senadora.

Seja como for, no que se refere aos imperativos, é possível notar que eles perpassam os diversos setores da vida, como em “Sim, você

pode! Especialistas ensinam como se tornar mais autoconfiante e conseguir tudo o que quer” (CLAUDIA, nov., 2014) e em “Sonhe mais alto! Sim, você pode ter: qualquer homem, um superemprego, todo o tempo do mundo” (CLAUDIA, abr., 2011), determinando até quais devem ser os sonhos das mulheres. Também não faltam exemplos de chamadas que propõem a delimitação do que é “natural” ao homem e à mulher, especialmente em chamadas sobre profissões, como em “Até onde as mulheres querem chegar na carreira? O preço que estamos – e não estamos – dispostas a pagar” (CLAUDIA, out., 2005), o que veremos mais atentamente no próximo capítulo, durante a análise das matérias jornalísticas.

Nas chamadas relacionadas a celebridades, como em “O céu é o limite para Ana Hickmann” (CLAUDIA, out., 2005) e “Por que Flávia Alessandra é tão querida” (CLAUDIA, abr., 2007), é como se as personalidades fossem verdadeiros “gurus” de um modo de “ser mulher”, esteticamente, psicologicamente. É o que se percebe, inclusive, nas frases atribuídas às celebridades, como a de Glória Pires: “felicidade vem de dentro e não é preciso aprovação alheia para conquistá-la” (CLAUDIA, dez., 2013).

A publicação também trabalha com o destaque a palavras-chave, facilitando a rápida captação de sentido dos discursos e reiterando os focos da revista: emagrecer; linda; jovem; mãe. As edições de maio, normalmente dedicadas à temática da maternidade, seriam especialmente recheadas dessa última palavra-chave, chegando a aparecer quatro vezes na edição de maio de 2004. Mas a função de mãe atribuída às mulheres pode ser notada também por chamadas como “Por que as mães estão perdendo a autoridade e criando pequenos imperadores” (CLAUDIA, mar., 2006), relegando a criação dos filhos exclusivamente à figura materna. Do mesmo modo, são frequentes chamadas sobre receitas e decoração, relacionando a mulher ao ambiente doméstico e dando as pistas dos direcionamentos que serão aprofundados nas matérias jornalísticas.

Outro tema recorrente, entre as chamadas, é o dos relacionamentos amorosos. Em “7 ideias absolutamente novas sobre o amor. E o jeito sábio de reequilibrar a relação quando você ama mais do que ele” (CLAUDIA, jun., 2008), a publicação parte do pressuposto de que é reponsabilidade dela, ou seja, da mulher, seguir proposições sugeridas e colocá-las em prática no relacionamento. A obrigatoriedade de estar em um relacionamento amoroso também fica clara em “A mulher bem-sucedida e o amor. Elas abrem o jogo sobre solidão, competição e poder no relacionamento” (CLAUDIA, jul., 2009),

sugerindo, inclusive, a relação entre ser bem-sucedida e solidão, competição e poder no relacionamento. Pelas chamadas, desse modo, já é possível vislumbrar as determinações da revista em várias esferas.

Mesmo em edições que se referem a matérias de bem-estar, a revista acaba por remeter a uma carga de atribuições, dos cuidados com os filhos aos cuidados corporais. Na verdade, chega-se a pontuar a própria renúncia constante da mulher sobre si mesma em prol dos outros. “Tempo para você: conselhos de ouro para acabar a correria”, destaca a capa de dezembro de 2013, que também traz dicas para decoração e receitas culinárias para festas de fim de ano e ainda sugestões de presente para dar e receber. Notamos, portanto, que, ao mesmo tempo em que a publicação enuncia dicas para ter mais tempo para si, ela segue enumerando questões de cuidado da casa e dos outros como possíveis atribuições da mulher.

Não são raras ainda chamadas que aliam bem-estar e estética, como em “32 formas de ser mais jovem por dentro e por fora + 331 ideias de moda e beleza para a estação + terapia do tarô: mais sobre suas emoções em um jogo revelador” (CLAUDIA, abr., 2007). Destacam-se os procedimentos como fáceis e ao alcance de todas: “Cabelo e *make* para fazer em casa: arrase com os *looks* mais lindos da temporada” (CLAUDIA, ago., 2012).

Na chamada “Corpaço de verão. Barriga chapada com radiofrequência, bumbum empinado com máscara de café; pernas definidas com massagem turbinada. Sim, você pode! Siga nosso programa e sinta orgulho de desfilar na praia” (CLAUDIA, set., 2009), a revista indica inclusive a barriga chapada, o bumbum empinado e as pernas definidas como atributos dignos de orgulho e que podem facilitar o trânsito em contextos de sociabilidade, como a praia.

Richard Miskolci (2006) lembrou a necessidade atual de se atribuir naturalidade a um corpo que não para de incitar à disciplina, ao exercício, à dieta, enfim, aos procedimentos estéticos. Como afirma o autor, “qual a naturalidade de um corpo que só existe sob o domínio dessas técnicas e só é reconhecido socialmente como adequado quando elas se revelam eficientes?” (MISKOLCI, 2006, p. 687).

A capa que mais representa o ode a essa “naturalidade”, à revelia da multiplicação dos tratamentos propostos em revista, é a de agosto de 2010 de *Claudia*. Nesta edição, a principal chamada, já mencionada, anuncia “Fantástica em qualquer idade. Moda e beleza para revelar o melhor de você”. A estrela da vez, vale lembrar, é a ex-modelo Luiza Brunet, então com 48 anos, com o mesmo padrão típico da publicação, ou seja, com uma intensa produção de maquiagem, figurino e, no

entanto, com um grande diferencial, como a capa enuncia: “sem Photoshop [grifo da revista]. Isso é que é mulher de verdade”.

Luiza Brunet revela coragem por se colocar “naturalmente”, ao expor a “verdade” de seu corpo, do que seria sua feminilidade, sem os retoques de computador que, como sugere a revista, são comuns nesses espaços. Afinal, certamente a essa falta de retoque na capa se devem as marcas de expressão nos olhos, no nariz, e manchas nos braços e nas mãos da ex-modelo¹²³ –que convive com o vitiligo, doença que despigmenta a pele –, distanciando-se da pele lisa e polida das companheiras de faixas etárias similares que estamparam as capas de *Claudia*, como Débora Bloch, aos 50 anos na capa de setembro de 2013, e Lília Cabral que, aos 57 anos protagonizaria a edição de dezembro de 2014.

É necessário pontuar que a “naturalidade” de Luiza Brunet que dispensa o programa de retoques de computador se vale, no mínimo, de toda a produção tão comum nesse espaço de *Claudia*, com um trabalho de maquiagem, figurino e etc. No entanto, ao menos neste exemplar, *Claudia* sugere uma possível valorização dos “pontos fortes” da mulher e seus traços “naturalmente” bonitos.

Vale acrescentar que o editorial daquela edição explicou que a ausência de retoques no computador foi uma proposta de *Claudia*, pois a beleza da ex-modelo “dispensava tratamento digital” (GREINER, 2010, p. 10). Segundo a então editora-chefe, Cynthia Greiner, a leitora da revista adoraria ver uma mulher de 48 anos em todo o seu esplendor, o

¹²³ O curioso é que, logo em seguida à capa, duas páginas trazem uma propaganda de tintura de cabelo com Luiza. No anúncio, ela aparece em sua versão com *Photoshop* – o que é muito visível, dado a foto anterior –, revelando um rosto sem as marcas de expressão nos olhos, no nariz, nas bochechas, uma sobrancelha levemente mais grossa, as mãos sem manchas e uma pele surpreendentemente mais uniforme e branca, e essa figura estamparia a embalagem do produto em questão. Embora não se pretenda entrar aqui no mérito dos anúncios publicitários, notamos uma grande contradição entre capa e propaganda, tão seguidas na revista, não só por essa divergência de aparência, como também em relação ao discurso. A propaganda de *Imédia Excellence*, da *L'Oréal*, afirma: “100% de cobertura dos brancos; mais força e vitalidade para os cabelos; cor rica, viva e de longa duração; cabelos revitalizados e você com uma aparência mais jovem”. Enquanto o material editorial de *Claudia* promete “revelar o melhor de você”, a tintura vai ajudar a consumidora a parecer “mais jovem”, com uma juventude ancorada também em um programa de retoques de computador.

que seria “uma inspiração” – ignora-se aqui que, além de um biótipo esguio, a ex-modelo é submetida a uma série de procedimentos estéticos que não estão disponíveis para qualquer mulher, a que se soma ainda a mencionada produção da revista.

A editora-chefe justifica que retoques de computador são comuns nos espaços de magazine. Segundo ela, não seriam “transformações radicais”, mas “disfarce de um defeitinho aqui e uma melhoria de uma qualidade ali” (GREINER, 2010, p. 10). Mesmo assim, ela festeja a “coragem” de Luiza de se libertar dessas intervenções e aponta *Claudia* como a pioneira no Brasil em revelar o que há por trás de uma foto. De todo o modo, as personalidades seguintes nas primeiras páginas, de pele polida e dentes branquíssimos, sem uma imperfeição, sugerem que se trataria de uma iniciativa pontual.

Enfim, fica claro como há um *hall* de temáticas e todo um modo de lidar com elas que já pode ser percebido desde as chamadas que compõem as primeiras páginas *Claudia*. Merecerá questionamento, então, no capítulo seguinte, como essas diretrizes serão reiteradas e que questões sociais e históricas poderão ser vislumbradas nos textos a que essas chamadas se referiram.

2.3.4 As chamadas de capa em *TPM*

Seguindo nas observações sobre as chamadas de capa, voltamos os olhares para as primeiras páginas do veículo da Editora Trip. *TPM* conta com bem menos chamadas que *Claudia* por edição. Desse modo, não é raro, entre as revistas selecionadas, apenas cinco ou seis chamadas, havendo, inclusive, exemplar com apenas duas. Ao menos uma chamada costuma sinalizar o tema destacado de cada edição.

Entre as revistas do *corpus*, foram encontradas duas temáticas principais mais recorrentes nas capas: papéis de gênero e debate dos padrões sociais, estéticos ou não. Esses enfoques revelam a preocupação da revista em se distanciar de suas concorrentes mais tradicionais. Assim, *TPM* apresenta chamadas como “Medo de quê? Casar, ter filho, não se dar bem no trabalho. Saiba por que os medos que até ontem eram exclusivos dos homens hoje são nossos também (TPM, mar., 2007) ou ainda “A mulher é o novo homem. O mundo está mais feminino ou é a mulher que está mais masculina? Nina Lemos, Denise Gallo, Marta Góes e Oscar Cesarotto investigam” (TPM, nov., 2010) .

Na verdade, podemos admitir que, se em *Claudia* o maior destaque iria para os cuidados de beleza, em *TPM* é a questão dos papéis atribuídos a homens e mulheres que está quase sempre no foco. Assim, a

publicação afirmou, nas capas: “Imagem não é tudo. Investigamos a paranoia masculina com o tamanho do pênis” (TPM, jul., 2004) e “Dá para calar a boca? Celular, *MSN*, *Twitter*, *Orkut*: as mulheres não param de falar! Descubra por que ficar em silêncio é tão difícil para nós” (TPM, dez., 2008).

Resgatando Tânia Swain (2000), sabemos que a materialidade dos corpos existe, porém, a diferença entre os sexos é uma atribuição de sentido dada aos corpos. Como colocou a autora, acaba-se por criar o corpo pelo sentido e pelo papel social atribuído às mulheres, de modo que se pode falar, inclusive, na criação do sexo pelo gênero – o que converge, inclusive, para o pensamento de Judith Butler (2008). O fato é que “temos mulheres e homens como identidades delimitadas em um esquema binário, heterossexual, reprodutor, ‘natural’, circundados por práticas que traduzem identidades incompletas, incorretas, incômodas” (SWAIN, 2000, p. 58). E, por essas chamadas, notamos que *TPM* problematiza essas práticas mas não dissolve por completo a binaridade, pontuando diferenças entre homens e mulheres.

Além disso, a revista segue reiterando a heterossexualidade, considerando que o público, majoritariamente feminino, vai se interessar sexualmente exclusivamente por homens. Entre as revistas selecionadas, todos os ensaios sensuais propostos por *TPM* e destacados nas capas contam com figuras masculinas, com chamadas bem-humoradas como: “Ricardo Pereira, o padeiro da novela das seis, abre o peito em alto-mar” (TPM, dez., 2008) e “Neymar é nosso: o tanquinho do craque mais perseguido pelas marias chuteiras, num ensaio revelador” (TPM, dez., 2011).

Porém, vale reforçar que a revista se distancia de *Claudia* justamente ao propor esses ensaios sensuais, o que nunca foi visto nos títulos mais tradicionais para mulheres – embora para os homens seja tão comum, especialmente desde a década de 1970. Colocar a mulher como protagonista do próprio prazer também foi o mérito de capa de edições como de setembro de 2014 que, ao tematizar a vagina, questionou: “Por que ela ainda é um grande tabu e outras questões ginecofóbicas”, chamada que seria seguida por “A cientista Lygia da Veiga Pereira soletra sem vergonha: v-a-g-i-n-a” (TPM, set., 2014); “Modo de usar: peluda ou pelada” e “O clitóris, esse desconhecido”.

Nas capas, o veículo da Editora Trip também contempla temáticas que, embora relacionadas às mulheres, por vezes são excluídas dos espaços de destaque. Assim, há chamadas como “Aborto: duas mulheres que interromperam a gravidez contam seus porquês” (TPM, fev., 2005) e “Na cadeia. Primeira mulher à frente do sistema carcerário

do Rio, Julita Lemgruber defende a liberação das drogas e do aborto e lembra dos seus 11 anos nas prisões” (TPM, nov., 2010).

De um modo geral, as chamadas de capa de *TPM* tendem a trazer mais aspas e sentenças interrogativas. Essas escolhas não deixam de sugerir uma proposta de questionamento em relação aos padrões sociais e mesmo uma iniciativa de abertura, por parte do veículo, que incita a uma resposta da leitora. Nesse sentido, a revista não é tão imperativa quanto *Claudia*, embora igualmente delimite seus posicionamentos, em suas aferições.

Enfim, é possível notar, pelas primeiras páginas, que há intenções, por parte de *TPM*, de propor abordagens mais atualizadas, mais afinadas com os debates contemporâneos. No entanto, precisamos considerar como isso se dá, de fato, nas matérias. Lembrando mais uma vez Tânia Swain (2001, p. 71), se o feminismo se desdobra em teorias e estratégias plurais que apontam para a multiplicidade de situações e condições das mulheres, a mídia converge para a “homogeneização da condição feminina e a recuperação da imagem de uma ‘verdadeira mulher’, feita para o amor, a maternidade, a sedução, a complementação do homem, costela de Adão reinventada” (SWAIN, 2001, p. 71). Naquele primeiro editorial de *TPM*, o editor Paulo Lima, coincidentemente fazendo referência a Adão, também criticaria essas abordagens mais tradicionais e prometeria uma experiência mais rica por meio da revista. Como seria, desse modo, o plano de fuga a essas conservadoras máximas, nos espaços das matérias principais da publicação?

2.4 A MODA NAS CAPAS DE REVISTA

Se falar em revistas femininas é falar em feminilidade, lembrada como um processo social em que ao sexo feminino são atribuídas qualidades e características específicas (BETTERTON, 1987), é falar também em moda. Afinal, ela tem sido presença obrigatória desde o surgimento das publicações (BUITONI, 1981). Na verdade, há uma notável ligação entre moda, como um conceito amplo¹²⁴, e os estilos de vida e as concepções de corpo exaltados pelos meios de comunicação.

De qualquer modo, enquanto revistas como *Elle*¹²⁵ ou *Vogue*¹²⁶ propõem-se como canais para a sugestão de vestuários, elencando a

¹²⁴ Nísia Villaça (2016) traz, em mais detalhes, os percursos históricos da moda e de sua relação com o corpo no decorrer das décadas.

¹²⁵ Vale lembrar que a francesa *Elle*, lançada em 1945, após a Segunda

moda como um tema principal, em *Claudia* e *TPM*, que pretendem abarcar diversos setores da vida, a moda aparece ora como temática tratada em matérias e editoriais, ora como ferramenta secundária, em espaços dedicados a outros temas. O fato é que a moda não sai das páginas, seja de um jeito ou de outro. Nesse sentido, falar sobre as capas de revistas requer também discorrer sobre a temática da moda.

Em sua dissertação, Miqueli Michetti (2006) aborda a moda como lógica social. A pesquisadora evidencia o sociólogo alemão Georg Simmel que, tendo vivido entre o final do século 19 e início do século 20, destacava, além de sua inerente transitoriedade, as funções de individualizar e socializar da moda (MICHETTI, 2006). Afinal, a moda atende à necessidade de diferenciação individual e, ao mesmo tempo, oferece a aprovação social por meio do compartilhamento de determinadas diretrizes. Nesse sentido, promete autonomia e, por outro lado, corresponde à busca por segurança e estabilidade, por meio da imitação e obediência de quem seguir seus princípios. A demarcação desses princípios nas classes sociais comprova que não seria possível ignorar, portanto, um caráter imperativo da moda e o modo como atua na afirmação da estratificação social.

Michetti (2006) acredita que, apesar do consumo de roupas e acessórios ter se tornado acessível a uma parcela maior da população, em decorrência da confecção industrial, a moda não deve ser interpretada como mero mecanismo de “democratização”, à medida que promove o consumo massificado mas mantém esse caráter de diferenciação de classes. A moda de elite, então, continua sendo destinada à elite, ou ainda, é possível perceber justamente quem integra a elite a partir de seus vestuários. E o caráter de sazonalidade facilita nesse processo:

A moda é inerentemente hierárquica. [...] Quando determinada moda dissemina-se por todas as camadas da sociedade, ela deixa de estar na moda,

Guerra Mundial, teve como proposta inicial trazer ideias para “recuperar a feminilidade com pouco dinheiro”(SCALZO, 2003, p. 24). Depois, a revista passou a se dedicar exclusivamente à temática da moda, expandindo-se para diversos países, incluindo o Brasil, em 1988.

¹²⁶ Lançada em 1892, nos Estados Unidos, e voltada para a elite, a revista *Vogue* é uma das revistas de moda mais importantes, com versões nacionais em todo o mundo (NOVELLI, 2014). A revista é, mundialmente, um referencial para as demais do setor, tendo sido uma das precursoras, inclusive, no destaque às celebridades desde a capa.

e, assim, deixa de ser moda. Ainda quando ‘se torna plural’, o que ocorre não é propriamente democratização, uma vez que a existência da moda só tem sentido porque ela se coloca enquanto instância de orientação, e, no limite, de tutela. (MICHETTI, 2006, p. 53)

As revistas femininas se fazem valer desse caráter de orientação e tutela da moda, propondo figurinos transitórios e determinados referenciais estéticos que seriam “tipicamente femininos” – não raramente centrados nos corpos magros e brancos, como se vê. Se a moda tem sido convencionalmente admitida como forma de expressão, ela se consolidou como forma de expressão da mulher. Como diria o autor francês Gilles Lipovetsky (2007), a moda ajuda a mulher “a ser”.

Também nos magazines essa distinção passa por uma delimitação de classe, o que se evidencia nos pomposos figurinos de gala das capas de *Claudia* e, de igual maneira, nas roupas que seguem tendência nas páginas de *TPM*. Assim, a moda se relaciona a atribuições de gênero e atua na formação de identidades, porém, refere-se a um marcador social identitário diretamente ligado às classes e, portanto, ao consumo – que passa pela compra de roupas mas também pela aquisição de procedimentos e serviços estéticos.

Seja como for, na popularização dos *looks* e mesmo nas versões plagiadas das grandes marcas e reproduzidas em grande escala, repousa um caráter democrático na moda. Assim, se Dolce & Gabbana, Chanel ou Dior restringem o uso de seus produtos por meio de preços estratosféricos, justificados apenas pelo *status* de se ostentar uma etiqueta, cópias ou inspirações, em estampas ou cortes, mais ou menos fieis, podem ser fabricadas em grandes indústrias ou até em pequenas fábricas, auxiliando para que ao menos se pareça pertencer a esse universo exaltado. As capas ou editoriais de moda de *Claudia* ou de *TPM*, podem servir, inclusive, de base para que a leitora costure um figurino bem parecido para si mesma, por exemplo. Podemos pressupor, então, que apenas um “produto” parece seguir como resistente a manobras quanto às normas: o corpo magro, branco e, afinal, jovem, que segue como o mais recorrente, não sendo permitidas ou, ao menos, sendo dificilmente admitidas, variações.

De todo modo, quanto ao vestuário, a moda perde seu caráter prescritivo e intensamente normativo também à medida que é possível escolher um “estilo” próprio, conforme a individualidade de cada um. Há um espaço, embora limitado, para contornar algumas imposições.

Indo além das proposições de Michetti (2006), não há, então, como discordar por completo de Lipovetsky (2007) quando o autor aponta a moda como uma lógica social que contribui para a democracia, favorecendo o individualismo, a igualdade, a liberdade. Embora talvez tenha sido otimista demais, supomos que Lipovetsky (20007) acerta ao tratar a moda como ingrediente intrínseco de uma realidade que preza pelo individualismo e bem-estar, tendo implicações sociais, culturais e psicológicas, embora relacionada a questões econômicas.

Para Gilles Lipovetsky (2007), a moda em sua configuração atual surge especialmente a partir do século 14, justamente pelo desejo de se assemelhar aos considerados superiores socialmente, ou seja, para mostrar prestígio e posição. Sob a perspectiva do autor, o indivíduo passa a se apropriar das performances a partir do hedonismo incentivado pelo sistema de produção do capitalismo tardio e, à medida que consegue mais informação, conquista mais poder, mais saber e mais prazer, em um individualismo que encontrará um campo fértil na moda.

Enfim, o papel social das roupas já foi bem mais rígido em termos de classificação de classe social, como também de gênero e faixa etária, como supomos, sendo que é possível dizer que a moda atual até abarca um caráter subversivo nesses quesitos. As capas das revistas podem dar uma ideia, em seguida, de até que ponto vão, de fato, essas possíveis transgressões, nos veículos voltados para as mulheres.

2.4.1 Transitoriedade e arte nos vestuários

Na visão de Nísia Villaça (2016), a moda opera por meio de um processo, pela dinâmica entre três aspectos: a estrutura ocupacional e de classe; a estrutura cultural e o *habitus*, ou seja, o aparato de preferências e disposições inconscientes com as quais o indivíduo adequa o próprio gosto, incluindo seu corpo, sua postura, seus gestos e as práticas e bens culturais propostos pelo estilo de vida. Há uma constante tensão, então, entre essas três áreas, em uma formação e re-formulação contínua da identidade do indivíduo – que conta, também, com o potencial consumidor de cada um.

Para a autora, na tentativa de interferir nesse mecanismo, emergem estratégias de *marketing* cada vez menos óbvias e a aproximação da moda com a arte seria um exemplo disso (VILLAÇA, 2016). Mas seria possível reduzir a aproximação da moda e da produção de vestuários com a arte na atualidade apenas a uma jogada de *marketing*? A crescente agregação de valor simbólico dos figurinos ocorreria unicamente com o intuito de garantir vendas?

Na verdade, acreditamos que para entender manifestações culturais é sempre necessário resgatar as conjunturas sociais que as tornam possíveis. Quando se fala em moda hoje, parece haver um duplo movimento. Lado a lado com o alcance das peças pelas grandes massas, impulsionado pela intensa produção, há um movimento de retorno à hierarquização na moda promovido não apenas pelo ritmo acelerado de troca de tendências, mas principalmente por esse *status* de arte que vem sendo atrelado à Alta Costura.

Afinal, os altos preços de figurinos de famosos estilistas, indo além da supervalorização das marcas famosas, justifica-se, agora, pois eles prometem modelos exclusivos, produzidos de acordo com a individualidade de cada um, em uma arte personalizada. De igual modo, tratam-se de produções caríssimas por serem grandes produções artísticas, que problematizam desde as questões de mundo, dos recursos materiais – e a progressiva escassez desses recursos – por uma moda minimalista, até as questões psicológicas, com as inquietações humanas sobre si e sobre o futuro, a exemplo da luxuosa obra de Alexander McQueen.

Se o cinema abalaria as concepções de arte, surgindo como uma obra que tem como pressuposto a reprodução – diferentemente de uma pintura (BENJAMIN, 1987) –, é possível dizer que, com a moda, há um retorno à valorização da exclusividade. É como se, ao ser reproduzida, a peça de roupa perdesse sua “aura”, explicada por Walter Benjamin (1987, p. 170) como aparição única de uma coisa distante, por mais perto que esteja. Por um lado, portanto, a moda se caracteriza por ser um império do recente e do novo, em um enfraquecimento da tradição, por outro, as grandes obras da moda resgatam a importância da singularidade e endossam um caráter de legado.

Mais ainda, assim como os canônicos escritores da literatura, os estilistas conferem a suas obras uma autoria, como essa forma de apropriação de que falou Michel Foucault (1977), resultado de uma complexa operação culminando na construção da “entidade” a que se chama de autor. E não há como duvidar que, assim como uma obra literária pode ser carregada de profundidade, também o é um figurino de McQueen.

Não se trata mais, então, apenas da valorização de grifes, que produzem poucos produtos para um público seletivo, mas de peças que seriam únicas, voltadas para transmitir a ideia e os ideais de quem as cria e/ou para captar a singularidade de um cliente. De um modo ou de outro, passam a fazer parte de uma narrativa exclusiva, em um grande

distanciamento das peças produzidas em série. Fundamentalmente, são peças que surgem como arte¹²⁷.

No entanto, é preciso lembrar que o acesso a essas “obras de moda” é restrito a poucos. Ao mesmo tempo, certamente suas tendências vão inspirar, em algum nível, as roupas reproduzidas para massas, encontradas nas ruas e nas revistas.

É fácil perceber, então, como a moda é um fenômeno complexo que, por seus inúmeros desdobramentos, precisa ser considerado como construtor de sentidos e significações sociais, de acordo com o que destacou Roland Barthes em *Sistema da Moda* (2009). Apesar de não embarcarmos no estudo minucioso dos códigos de vestuário realizado pelo autor e nem em suas aferições sobre a estrutura do significante, do significado e do signo – o que exigiria um estudo à parte –, levamos em conta a perspectiva do autor sobre a temática, de um modo geral, considerando ainda aspectos quanto à retórica da moda, como ferramenta que a naturaliza, mantém e reproduz. Para Barthes (2009), a moda é um sistema arbitrário que, assim como outras construções sociais, a exemplo de gênero, faz-se valer de uma engrenagem que a viabiliza e a consolida constantemente.

O autor aponta três estruturas diferentes da moda: a tecnológica, a icônica e a verbal. Considerando os enunciados de moda, que foram o foco do estudioso, haveria, por sua vez, três sistemas: o sistema real, o terminológico e o retórico. De acordo com Barthes (2009), cada enunciado é composto de um significante material, no caso, o vestuário em si, e um significado imaterial, que seria a construção de sentido a partir da relação desse significante com o mundo ou com a própria moda.

Nos debates relacionados a *Claudia* e *TPM*, propomos, no entanto, algumas discussões sobre a dimensão icônica, como peça fundamental da construção das capas das publicações. Afinal, o espaço de capa é a principal vitrine da publicação e, portanto, pode ser um meio de avaliação de seus discursos e ideais centrais. Seja como for, nas

¹²⁷ Vale pontuar, porém, que, assim como o cânone artístico consolidou nomes masculinos, também a moda parece caminhar nesse sentido e, enquanto a profissão de costureira, de muito menos prestígio, é tradicionalmente feminina, o *status* de estilista parece ser conferido majoritariamente a homens na atualidade, apesar do inquestionável legado de mulheres como Coco Chanel. Tanto que a primeira estilista da Dior, por exemplo, surgiria apenas em 2016, Maria Grazia Chiuri.

análises das matérias principais, no capítulo seguinte, não se perdem de vista considerações sobre o figurino.

Ainda segundo Barthes (2009, p. 15), com a moda, estendeu-se diante do objeto um véu “de imagens, razões e sentidos”, elaborando em torno dele uma substância mediata, criando “um simulacro do objeto real, substituindo o tempo pesado do desgaste por um tempo soberano, liberto da autodestruição por um ato de *potlatch* anual”, ou seja, há todo um ritual de atribuição de valores. Todo um aparato é, então, de tal modo estabelecido como atrativo aos seus usuários que se justificaria uma renovação constante de peças.

Como o pesquisador ressalta, a imagem do vestuário pode até substituir a aquisição das roupas, à medida que é possível inebriar-se com essas imagens, identificar-se oniricamente com a modelo, enquanto a expressão verbal sobre o vestuário estaria mais presa à compra em si, atuando no convencimento e indo muito além da fascinação (BARTHES, 2009). Porém, no caso das revistas, consideramos que elas justamente aliam essas duas dimensões, propondo, de uma só vez, deslumbramento e incentivo à compra.

Rosemary Betterton (1987) expôs, já na década de 1980, que não olhamos os filmes, as fotografias, as pinturas somente como forma de representação da realidade, mas também para entretenimento e lazer. E, enquanto as revistas masculinas tendem a fundamentar o entretenimento na apropriação do corpo, nu ou seminu, da mulher, em uma relação de poder e controle sobre a imagem, nas revistas femininas, expõe-se o corpo feminino seja para um olhar voyeurístico ou para a promoção de identificação da leitora. De um jeito ou de outro, então, há a exposição dos contornos corporais da mulher.

Em *Looking on: images of femininity in the visual arts and media*, Betterton (1987) segue apontando, como uma das bases históricas desse modo de olhar o corpo feminino, a cultura que desponta com as lojas de departamento do final do século 19, voltadas para as mulheres como consumidoras. O novo comércio, então, convidaria as mulheres a comprarem produtos oferecendo imagens sexualmente atrativas delas mesmas, o que abriria espaço para novas identidades mas, ao mesmo tempo, seria definitivo para a consolidação da imagem do corpo da mulher no centro da lógica das vendas.

Mesmo assim, os significados sociais não são fixos, de maneira que a forma de se propor a mulher, assim como a forma de se propor a moda e a moda de mulher, são constantemente refeitas nos contextos sociais, considerando as experiências, os conhecimentos e mesmo a aceitação das pessoas.

Roland Barthes (2009, p. 314) reitera essa transitoriedade da moda, sendo ela forte em termos de instante mas com uma significação que tende a se desfazer na duração; porém, ela não se desfaz completamente, ela recua. Com seus significados variados, particulares, em um mundo rico, cheio de tempos, lugares, circunstâncias e caracteres e outros significados raros, cheios de globalidade, a moda aglutina diferentes temporalidades, percepções e, embora se renove, nunca se desmancha por completo. Nesse sentido, sempre há algo de permanência da moda, o que confere a ela continuidade e facilita para que seja compartilhada por diferentes gerações.

Miqueli Michetti (2006) acrescenta que a moda tem a função obrigatória de trazer o novo a cada estação. Mas é um novo produzido a partir do passado, destacando um caráter cíclico. Assim, a moda “ressignifica” o passado, subtraindo-o de seu contexto e reatualizando-o. Passado e futuro são trabalhados de forma a eternizar o presente que, na verdade, é o foco real da moda. Por essa perspectiva, é possível notar como as revistas femininas estão diretamente relacionadas à moda, balizando-se sobre os mesmos esquemas, reformulando-se constantemente em suas proposições e até composições visuais, porém nunca por completo, o que contribui para que o público acompanhe suas mudanças e se sinta parte do processo.

De um modo geral, então, as publicações e a moda seguem os mesmos regimentos da vida moderna, respondendo às mesmas engrenagens e ideais e compartilhando, inclusive, a exaltação às celebridades. Barthes (2009) considera que a moda fala da mesma maneira do trabalho e do ócio e que, em moda, todo o trabalho é vazio, todo o prazer é dinâmico, voluntário e quase laborioso. A celebridade, para o autor, seria a personificação desse paradoxo, como divindade plenamente ociosa e plenamente ocupada.

Ao tratar de corpo, tecnociência, artes e moda, Nizia Villaça (2016, p. 139) afirma que, “na atualidade, a celebridade é a ‘autoridade’ do provisório”. Enquanto a autoridade teria como marca seus dons incomuns, a celebridade se fundamenta na falta de originalidade: “a receita do sucesso, por exemplo, consiste em ‘seguir o coração’, ‘confiar na intuição’, ‘deixar fluir as emoções’, ‘não se deixar intimidar pelas culpas e medos do outro’, ‘correr atrás de um sonho’, frequentes na mídia publicitária” (VILLAÇA, 2016, p. 139). E, expandindo as discussões, quem melhor para propagar a moda e seus ideais em revistas – fundamentadas ambas em um caráter de transitoriedade – do que essas “autoridades do provisório”? Dessa forma, de acordo com o que debatemos, as personalidades despontam nas capas, como palco

propício para o exercício dessa ociosidade laboriosa e dos autorizados clichês.

2.4.2 Corpo e estilo nas páginas

Sabemos que corpo e moda relacionam-se continuamente na produção de sentidos em revista. Roland Barthes (2009, p. 382) aponta que a moda resolve a passagem do corpo abstrato ao corpo real de suas leitoras de três formas. Uma delas seria o decreto, a cada ano, de que certos corpos e não outros, estão na moda. No entanto, nestas primeiras décadas do século 21, fica evidente que os discursos sociais como um todo, e os próprios discursos de moda, têm contribuído para fincar o corpo magro, além de branco, como ícone de beleza.

Outra passagem prevista por Barthes (2009) consiste em organizar o vestuário de maneira que ele transforme o corpo real, fazendo com que ele signifique o corpo ideal de moda, ou seja, contribuindo para se alongar, avolumar, diminuir. Portanto, como o autor explica, são artifícios da moda que permitem que corpos reais possam chegar à estrutura por ela postulada. Esse processo aumenta ainda mais seu poder de significação, permitindo a aplicação à realidade de suas proposições e, ao mesmo tempo, reiterando seus ditames. Por outro lado, vale salientar que tais transformações se dão dentro de uma escala muito pequena, como o bojo que ajuda a aumentar o tamanho do seio em alguns centímetros ou o corpete que ajuda a comprimir a cintura, reduzindo modestamente suas medidas.

A passagem do corpo abstrato ao corpo real que parece ter mais impactos, atingindo mais o que é trazido em revistas, no entanto, é essa proposição de um corpo ideal encarnado, ou seja, o corpo da modelo, que tem valor como instituição abstrata, ao mesmo tempo em que é um corpo individual. Como explica o autor francês, esse corpo não tem como função essencial a estética; não se trata de apresentar um “belo corpo, submetido a regras canônicas de sucesso plástico”, mas sim de

um corpo deformado com o fim de cumprir certa generalidade formal, ou seja, uma estrutura; segue-se que o corpo da modelo não é o corpo de pessoa, é uma forma pura, que não sustenta nenhum atributo (não se pode dizer que ele é isto ou aquilo) e, por uma espécie de tautologia, ele remete ao próprio vestuário [...]. (BARTHES, 2009, p. 382).

Por isso, para o autor, as revistas de moda estariam cada vez mais fotografando o corpo em situação, ou seja, acrescentando a essa estrutura uma retórica de gestos e expressões faciais que se destina a transmitir uma versão espetacularmente empírica de corpo.

No caso das revistas de moda e das próprias passarelas, é de se supor que a intenção de remeter apenas ao vestuário, com as modelos atuando quase só como um “cabide” tenha levado, inclusive, à consolidação do mesmo estilo de corpo, o muito magro. Afinal, supõem-se que, se todas são magérrimas, menos se presta atenção nas características corporais e mais se atenta para o vestuário em si, além do fato dos corpos esqueléticos requererem menos tecidos em suas composições. Por outro lado, a essa repetição tem sido atribuída a instituição de regras que justamente se tornaram canônicas e até tirânicas desse “corpo da moda”, excluindo-se todas as demais formas corporais como não aceitáveis, não-dignas de serem padrão, fora de moda – isso sem falar ainda do caráter discriminatório desse “corpo da moda” no que se refere a questões de raça, o que será abordado, inclusive, em matéria de *TPM* que analisaremos.

Em uma inversão da engrenagem, portanto, não foi criada uma moda para um corpo, ou corpos, mas sim a moda acabou criando um corpo para ela, de acordo com o que mencionou Nizia Villaça (2016) em referência a Hugo Denizart. Como complementa Tânia Ramos (2004, p. 156), a moda e a uniformização dos corpos estão a serviço do lucro das grandes indústrias do vestuário e roupas iguais em larga escala são o que o lucro deseja: “pouco tecido, ou modelos e preços padronizados”.

Ora, se o próprio traje remete a um estilo de vida almejado, não há como dissociá-lo de quem o carrega e, ao desejar uma determinada roupa, a conexão com quem a carrega e a comparação entre o corpo real, como usuária, e aquele corpo das páginas, como elo entre abstrato e real, é inevitável.

Contribui ainda mais para isso a exploração da vida pessoal das modelos e celebridades, expondo não só suas trajetórias, mas sendo apontadas como referenciais até de causas humanitárias e contra o desmatamento da Amazônia, como é o caso, por exemplo, de Gisele Bündchen. Desse modo, carregando uma magnitude que vai além das suposições de Roland Barthes, seus corpos deixam de ser apenas estrutura, a questão deixa de ser apenas o vestuário ou uma versão empírica de corpo. Toda a existência dessas personalidades – sendo modelos, celebridades ou ambas – se consolida como referencial de

vida, o que torna a imitação daqueles corpos, e de tudo o que carregam, tarefa incontestável.

Fundamenta-se, então, essa problemática via de passagem entre corpo abstrato de moda e corpo real por meio das modelos, em um enorme distanciamento entre os corpos delas e os das pessoas reais. Os corpos das modelos que aparecem frequentemente parecem em si mesmo irrealis, com medidas inatingíveis à grande parcela da população, isso sem falar das questões raciais, excludentes por si só. Nas revistas, esses corpos serão ainda alterados por programas de computador, potencializando sua irreabilidade. Em um paradoxo, ao mesmo tempo em que falham como canais de aproximação do corpo abstrato da moda para o corpo real, as modelos, acompanhadas pelas celebridades de um modo geral, firmam-se como seres quase celestiais, o que faz com que seu *status* e seu sucesso sejam tão desejáveis quanto distantes.

2.4.3 Considerações sobre a moda em *Claudia* e TPM

O vestuário torna-se, então, recurso importante para transmitir a ideia de fascinação e *glamour* das celebridades que protagonizam as primeiras páginas, o que ocorre de maneira ainda mais contundente nas capas que tendem a expor mais o corpo, incluindo seus aparatos, em planos médios e abertos.

No caso específico de *Claudia*, as edições especiais de aniversário da publicação, no mês de outubro, e os exemplares comemorativos de final de ano têm a exploração do vestuário potencializada pelos trajes de gala, com brilho e bordados – como na edição de dezembro de 2013, com Glória Pires.

Figura 46 - Capa de *Claudia* com a atriz Glória Pires.



Fonte: CLAUDIA, dez., 2013.

De um modo geral, a revista também costuma apostar em roupas voltadas para o destaque a determinadas partes do corpo. O maiô de Gisele Bündchen, na edição de abril de 2011, por exemplo, com um decote generoso, atrai a atenção para a região de seu colo, enquanto a edição de março de 2012 lança mão de um vestido de renda para evidenciar a barriga grávida de Grazi Massafera.

Notamos que as peças de roupa e a moda como um todo também atuam como ferramentas discursivas nessas plataformas. Há todo um sistema de proposições do qual a moda faz parte, da ociosidade laboriosa das celebridades, passando pela alegria estampada nos sorrisos, pela leveza sugerida nos movimentos, pelo luxo dos figurinos.

Enfim, embora não seja o foco das primeiras páginas nos veículos em questão mostrar as tendências ou o que está em voga em termos de vestuário, há capas de *Claudia* em que a moda foi o tema da chamada principal. É o caso do exemplar de agosto de 2012, em que a personalidade Taís Araújo aparece vestida de acordo com as sugestões da revista de “Moda dos 20 aos 70”, com blusa e saia coloridas, assinadas pelo famoso estilista Alexandre Herchcovitch – como é sinalizado no índice.

Porém, como sabemos, há uma preocupação em fazer as leitoras seguirem o que é proposto, o que reforça a utilidade do veículo. Por isso, se, por um lado, Taís veste roupas assinadas por um famoso estilista, o que dificilmente pode ser copiado, por outro, seu *look* pode servir de inspiração, como uma “lição de estilo” para mulheres de várias idades usarem as tendências de passarela.

Já nas capas em que há planos mais fechados, o apelo pela maior aproximação com a leitora faz com que o impacto do vestuário diminua, à medida que fica possível visualizar apenas alguns detalhes da roupa que estão próximos ao rosto ou ao pescoço.

No caso de *TPM*, a variação nas propostas de capas se expande também para os figurinos. Assim, enquanto em *Claudia* o luxo e a sofisticação, aliados a concepções mais tradicionais de vestuário, são presença garantida nas primeiras páginas, manifestada inclusive em cortes e materiais, como a renda, em *TPM* há uma certa oscilação de estilos. Seja como for, a maior frequência de planos abertos favorece a exposição das composições, aumentando a importância do vestuário.

Dessa maneira, em *TPM*, as roupas serão muitas vezes um dos elementos principais de significação, atuando como importante recurso especialmente em edições temáticas da revista. Por isso, os figurinos parecem muito menos ligados a tendências do que aos assuntos que a revista pretende abordar em cada edição. Nesse sentido, assumem um caráter quase teatral, de maneira que a ideia de que a atriz Fernanda Torres “pode tudo”, como elenca a chamada principal, é endossada por aquele seu mencionado figurino de mágica, por exemplo (*TPM*, nov., 2010).

Seja como for, há edições que optam por composições mais casuais, como a da jornalista Ana Paula Padrão (*TPM*, maio, 2013), vestindo blusa, calça jeans e moletom. A simplicidade das combinações parecia ser mais frequente ainda nos primeiros anos do século 21, com produções como as de Bebel Gilberto (*TPM*, mar., 2004) e Leandra Leal (*TPM*, fev., 2005), bem próximas às que se vê nas ruas¹²⁸, com calça ou saia jeans e blusas sem tantos detalhes.

¹²⁸ Como indicamos no primeiro capítulo, na seção “A *Trip para Mulher*”, *TPM* parece intensificar as preparações de maquiagem, cabelo e figurino especialmente a partir de 2007, aproximando-se, nesses quesitos, às suas concorrentes.

Figura 47 - Capa de *TPM* com a cantora Bebel Gilberto.



Fonte: TPM, mar., 2004.

O figurino do veículo da Editora Trip também atua como recurso para chamar a atenção do corpo da mulher, estando ele dentro dos padrões ou não – e, nesse último caso, endossando as problematizações da revista quanto às convenções e normas sociais. Ou age para reduzir os olhares sobre o corpo apresentado, como no exemplar em que Juliana Alves aparece com o corpo quase todo coberto por um moletom e calça preta, aumentando a força da chamada sobre discriminação racial no país (TPM, abr., 2014). Na verdade, diante da superexibição das mulheres, os corpos pouco aparentes na primeira página são chamativos pela sua raridade, o que pode se revelar uma boa estratégia de *marketing* para a revista.

Outro aspecto que merece ser considerado é a binariedade endossada a partir da moda, especialmente no espaço das capas. No caso de *Claudia*, peças e elementos “tipicamente femininos” são muito frequentes. Flores, babados, vestidos – talvez uma das peças admitidas como mais “femininas” – são comuns, assim como maiôs. Uma das poucas que ligeiramente foge desses esquemas é a capa com a atriz Mariana Ximenes (CLAUDIA, jun., 2008) vestindo suspensório, um acessório mais comumente ligado aos homens. Ainda assim, o visual é complementado por um grande broche de uma flor rosa, como um ícone e até um recurso compensatório de feminilidade. A moda no magazine acaba por ser, então, uma das vias dessa prática reguladora que busca uniformizar a identidade de gênero.

Quando se observa *TPM*, de igual maneira se encontram mulheres vestindo peças e acessórios considerados femininos. Assim, as personalidades vestem maiôs e vestidos. Porém, vale lembrar que, no caso de *TPM*, em que há uma variação muito maior de poses nas capas,

a postura da personalidade por vezes até anula uma determinada valoração do senso comum sobre uma peça. Embora Fernanda Torres esteja vestida de mágica, com um maiô e uma meia arrastão normalmente ligados à sensualidade feminina, o sorriso aberto e a pose chamando a atenção para um coelho que sai da cartola esvaziam o caráter de sedução e conferem um traço de bom-humor (TPM, nov., 2010).

Outras capas trazem elementos de subversão no que concerne aos acessórios de moda atribuídos a homens e mulheres, como em algumas edições que extrapolam o *corpus*. O ator e apresentador Rodrigo Faro¹²⁹ chega a aparecer de meia calça com acabamento em renda, em uma das opções de capa do exemplar de outubro de 2010, vestindo ainda uma camisa aberta e uma sunga. Na edição, contrapõe-se o corpo exposto trabalhado em músculos, remetendo a uma grande masculinidade e sensualidade, a um acessório feminino, sugerindo irreverência. Não parece se tratar de uma iniciativa de questionamento às normas, mas de uma subversão que justamente lança mão da binariedade da moda para transmitir uma mensagem de bom-humor.

É o caso também da edição de setembro de 2014. Naquela capa, a atriz Deborah Secco aparece vestindo uma camiseta branca, simples, encurtada com um nó, e uma cueca, peça íntima masculina. Aquela edição especial, dedicada à temática “vagina”, traria a atriz simulando uma pose de masturbação. O visual inusitado é complementado por um pequeno acessório feminino, uma pulseira vestida pela atriz na mão esquerda. Outros índices, tão conhecidos nas capas de revistas, como as unhas grandes esmaltadas e o cabelo solto bem arrumado, complementam a capa. O impacto da imagem, carregada de sensualidade e provocação, é conferido, portanto, também pelo vestuário escolhido, que mescla uma peça notadamente masculina – a cueca – com elementos femininos – em acessório e produção estética –, a que vai se aliar ainda a postura da atriz.

Enfim, de maneira geral, as (r)evoluções da moda aparecem em um ritmo diferenciado, mais lento, quando se fala nas capas dos dois veículos em questão, comparando-se com as passarelas ou com magazines especializados do setor. Sob esse aspecto, *Claudia* e *TPM* fazem jus ao *hall* das revistas femininas como publicações

¹²⁹ Faro ficou conhecido por sua postura bem-humorada ao apresentar programas de televisão. Naquela edição de *TPM*, o tom divertido seria reiterado no ensaio sensual, em que ele aparece vestindo um sutiã, com uma expressão séria.

historicamente apegadas às convenções e tendem a operar com os índices de binariedade na moda nos espaços de capa.

Assim, combinações claramente andróginas e figurinos não-convencionais, embora apareçam em *TPM*, não estão entre os mais frequentes. *Claudia* é ainda mais conservadora nesse quesito e, mesmo quando Alexandre Herchcovitch assina o figurino de uma capa, como na edição de agosto de 2012, protagonizada por Taís Araújo, será uma versão muito mais convencional de seu trabalho que estará diante das leitoras.

Ainda parece impensável que composições mais inovadoras e mesmo transgressoras do campo da moda apareçam nas duas publicações. Portanto, apesar dos dois magazines, dos títulos de moda e das passarelas e estúdios compartilharem o contexto histórico e social, há uma variação sobre a maneira com que a moda é considerada e apresentada. Parece haver uma preocupação extra de *Claudia* e *TPM* sobre o estranhamento a ser causado no público, no que se refere ao vestuário. Além disso, em alguma medida, podemos admitir que a moda vista nessas duas revistas está mais próxima daquela que se vê no mundo real e mais distante, portanto, daquelas de passarela.

Nesse sentido, elas parecem prezar muito mais pelo caráter de acessibilidade da moda – respeitando, porém, algumas distinções de classe pois, como se viu, as roupas especialmente de *Claudia* tendem a ser muito voltadas para classes sociais mais altas –, do que pela intensa valorização e proposição da moda como arte, como pode ocorrer mesmo nas revistas especializadas na temática.

De todo modo, não há como ignorar o papel de reforço da moda, em *TPM* e *Claudia*, como um dos aspectos centrais de preocupação de suas leitoras. Há um mecanismo nem sempre tão democrático ou libertário, que alia a aquisição de comportamentos, produtos, vestuário e a busca por determinados corpos a um determinado *status*. Ao apresentar o tema como frequente e obrigatório a cada edição e também ao propor, desde as capas, posturas e aparências aceitáveis, as publicações contribuem tanto para a consolidação de tendências, em um sentido de moda mais estrito e imediato, como para se firmar a moda como instituição abrangente e operante na vida moderna, em ideais de transitoriedade, individualismo e busca pelo próprio bem-estar que transcendem as plataformas.

2.5 CIBORGUES COMO POSSIBILIDADE DE SUBVERSÃO

Em dezembro de 2016, a edição brasileira da revista de moda *Elle*, questionou: “O que a moda de agora diz sobre o futuro?”. O exemplar pareceu ter como intenção não apenas promover as tendências atuais, como ainda levantar o debate sobre os próprios processos da moda, confluindo influências *vintage* e a presença de tecnologias em roupas inteligentes – produzidas até com materiais capazes de reduzir a fadiga muscular, como traria aquela edição¹³⁰. Assim, desde a primeira página, *Elle* evidenciou como também a moda se refere a questões de comportamento, a questões econômicas, a questões históricas e a questões sociais, elencando três modelos principais – ou *cover girls*, como a revista enuncia – que protagonizaram três diferentes versões daquele exemplar.

Figura 48, 49 e 50 - Capas da revista *Elle*: com a robô Sophia e com as modelos Aline Weber e Marcelia Freesz.



Fonte: ELLE, dez., 2016.

Em uma delas estaria a top Aline Weber; a modelo Marcelia Freesz esteve em outra versão e Sophia, uma robô projetada pela Hanson Robotics, de Hong Kong, esteve em uma terceira. Essas três escolhas são, em alguma medida, inovadoras.

Se Barthes (2009) apontou para uma tendência da moda à androginia, a capa protagonizada pela modelo brasileira Marcelia propõe a dissolução das convenções entre masculino e feminino – de uma maneira muito mais contundente do que qualquer *Claudia* ou *TPM*. Com um *look* sport assinado pela marca Prada, o visual de Marcelia é tão andrógino que não é possível, a princípio, enquadrá-la em um lado

¹³⁰ Essa tendência da moda atual de mesclar elementos antigos com peças com funcionalidade tecnológica já havia sido levantada no trabalho acadêmico de Michetti (2006).

ou outro do binarismo, quando se olha para a imagem de capa; e todo o editorial de moda de Marcelia seguiria esse mesmo direcionamento. Faz todo o sentido Marcelia protagonizar a última edição de um ano em que, no Brasil, despontaram artistas que justamente usam a moda como um recurso para transitar entre os universos masculino e feminino, questionando as convenções¹³¹.

Como outra *cover girl* da edição de *Elle* esteve Aline Weber que, na revista, assume um visual robótico com um *look street* prateado, dando as pistas do questionamento da revista sobre os limites entre ser humano e máquina. Mas “quem” de fato surpreende, considerando o universo das revistas brasileiras de um modo geral, é a *cover girl* Sophia. É no mínimo inusitado que o foco de uma das capas de um grande magazine de moda seja uma modelo robô. Na matéria principal, *Elle* enuncia: “Conheça nossa *cover girl*, uma modelo robô capaz de conversar com humanos e posar para *Elle* em um editorial único. O futuro é aqui” (WHITEMAN, 2016, p. 174). Estaria o magazine, de fato, dando as pistas de um futuro sobre as capas e sobre as revistas femininas de um modo geral?

Donna Haraway (2009; 2010) supôs, inicialmente em finais da década de 1970, que as realidades da vida moderna implicam uma relação tão íntima entre as pessoas e a tecnologia que não é mais possível dizer onde acaba o humano e onde começa a máquina. Como explicou Hari Kunzru (2009, p. 23), a partir do pensamento de Haraway, por meio do *bodybuilding*, dos alimentos energéticos, da academia de ginástica, enfim, de todas essas vias de cuidado de si mesmo tão debatidas nas revistas, chega-se a uma ideia de corpo como máquina de alta performance. Em uma interação entre medicina, dietética, práticas de treinamento e tecnologia de um modo geral, permitindo o uso de calçados de redução de impacto e de camisetas de rápida evaporação de suor, todos são ciborgues. E é possível arriscar dizer que as mulheres são ainda mais ciborgues, a julgar pelo intenso uso desses recursos, estimulado nas publicações.

Portanto, não apenas os vestuários se formulam e re-formulam continuamente, mas também o corpo, por meio do desenvolvimento desse aparato que o transforma e aprimora sob tantos aspectos. E, se é

¹³¹ Uma dessas artistas é a cantora e performer Liniker. Com um visual que associa barba, maquiagem, turbante, brincos, colares, saias, Liniker utiliza o próprio vestuário como forma de expressão. Também segue essa tendência o cantor brasileiro Johnny Hooker, entre outros artistas.

exigida tanta performance desses corpos, em especial, dos corpos femininos, das personalidades de capa de revista, nada mais “natural”, então, que o próximo passo do processo seja justamente elencar como ícones de primeira página justamente robôs, que estão no último degrau dessa escala rumo à maquinação.

Haraway (2009) explica que, com o ciborgue, as categorizações são reestruturadas. Natureza/cultura; feminino/masculino, humano/máquina, enfim, os dualismos seriam colocados em xeque. Como coloca a autora, “em um mundo de ciborgues, as relações para se construir totalidades a partir das respectivas partes, incluindo as da polaridade e da dominação hierárquica, são questionadas” (HARAWAY, 2009, p. 39). Assim, partindo do princípio de que a consciência de classe, de raça, de gênero, foi algo imposto pela “experiência histórica das realidades sociais contraditórias do capitalismo, do colonialismo e do patriarcado” (HARAWAY, 2009, p. 47), ficam claras as possibilidades de diluição dos dualismos. A imagem do ciborgue, como coloca a autora, significa tanto construir quanto destruir máquinas, identidades, categorias, relações, narrativas espaciais.

O desmantelamento das fronteiras e das categorias parecia chegar ao mais alto nível à medida que uma robô, programada para ter consciência humana, assumia um lugar de destaque e um papel de referência de estilo, como protagonista de tendências de moda. Poderia ser possível esperar, então, que uma robô na primeira página significasse o fim de dualismos e discriminações, de raça, peso, enfim, de qualquer traço de aparência e mesmo de gênero. Afinal, o que difere, distingue um robô de uma robô?

As formas robóticas nas páginas podem ser revolucionárias em termos de representatividade, pois, ainda que sejam ícones, não remeteriam necessariamente a nenhuma característica humana em especial, ao mesmo tempo em que remeteriam todo o tempo ao ser humano, por suas formas e por sua consciência programada. Além disso, diante das medidas anoréxicas das modelos de (pouca) carne e (muito) osso, é de se supor que a obsessão por um padrão de magreza tivesse um fim quando a celebridade de capa fosse um conjunto de fios e peças de metal. Somando-se a isso, seria talvez possível que o foco se tornasse o vestuário e somente o vestuário em si, sendo a modelo robótica um mero “cabide” *high tech*.

Ficariam, no entanto, as dúvidas: outras Sophias também poderiam ganhar espaço nas capas de *Claudia* e *TPM*? Ou o limite para esse mundo robótico seriam as revistas de moda? E em que medida Sophia, de fato, desfaz dualismos e padronizações?

Olhando para a robô da capa de *Elle*, especificamente, notamos que, como um futuro que traz os grilhões do passado, a Sophia que aparece na revista é genderizada e racializada. Vale pontuar que, apesar dos esforços para aproximar as feições da robô às feições humanas, há algumas limitações sugeridas no plano fechado do ensaio, com a robô sendo exposta apenas da cintura para a cima. Mesmo assim, Sophia é branca, magra e mulher – e a produção de *Elle* se encarrega de deixá-la com a aparência do que tradicionalmente se espera de mulher, tanto em relação à maquiagem quanto em relação ao figurino que, no editorial, abusa dos babados e rendas, em referência à realeza e à aristocracia.

Assim como tantas modelos e personalidades de capa, Sophia aparenta ter pele alva, nariz fino, maçãs do rosto desenhadas, sugerindo magreza. A explicação estaria no site da empresa *Hanson Robotics* (2016): os traços da robô foram inspirados em Audrey Hepburn e na mulher do fundador da empresa David Hanson. Não se trata aqui de somente questionar como deveria ter sido feita a robô, mas de problematizar o modo como, afinal, as escolhas para uma protagonista de revista seguem com base nos mesmos padrões de atributos de aparência, por maior que pareça a inovação.

Na própria “entrevista” com Sophia em *Elle* (WHITEMAN, 2016, p. 174-185), a robô assume o lugar de celebridade, e até a repórter parece se confundir sobre onde está o limite entre humano e máquina. “Como algo tão outro pode conversar em pé de igualdade e despertar em nós sentimentos e afetos? E fico achando muito estranho quando ela se despede, agradece e, depois de ser desligada, retorna à mala, desmontada” (WHITEMAN, 2016, p. 180).

Como destacou Tomaz Tadeu (2009, p. 13), a realidade do ciborgue coloca em questão justamente a originalidade do humano. No caso de Sophia na revista, parece que simplesmente todo o *hall* de características físicas cobradas das mulheres de carne e osso foi transferido à robô, o que barra a possibilidade de grande revolução de categorizações e até confere um caráter cômico ao modo como Sophia é exposta. É necessário, portanto, que se tenha um olhar crítico para que esse efeito de humor seja propulsor para se pensar, justamente, nessas categorias e nesse conjunto de significações que a robô acaba por reforçar.

Ora, é preciso ter cuidado para não esvaziar o ciborgue, que parece atingir agora toda a sofisticação, de seu potencial desestabilizador e, mais ainda, debater de que maneira ele pode, de fato, contribuir para dismantelar – e não reforçar – os padrões estéticos e de comportamentos hegemônicos, a serem manifestados em revistas.

Precisamos questionar essas novas organizações na vida moderna, ou ainda, de vida ciborgue. Ora, se há alimentos capazes de nutrir melhor, se há programas de treinamento capazes de deixar o corpo mais forte, mais veloz, se há técnicas para que o corpo viva por mais tempo e se há máquinas que poderão auxiliar em tudo isso, em que tais recursos têm mudado os padrões hegemônicos?

Se Sophia pode assumir qualquer forma, por quê assume a forma de mulher e branca? E não é apenas por ser mulher e branca que ela aparece na capa de revista? Notamos que, quando se está diante de uma estrutura que é uma revolução em potencial, ela é colocada a serviço das mesmas bases hegemônicas, que elencam a mulher como criatura – e, por coincidência ou não, com uma consciência e inteligência artificiais programadas por seus homens criadores transmitidas por rede *wifi* –, mantendo-se a branquidade como referencial de beleza.

A aparência de Sophia, na verdade, sugere que só a tecnologia não basta para que sejam provocadas transformações, de fato, quanto às hierarquizações sociais. Por mais sofisticados que sejam os ciborgues que possamos produzir e ser, é necessário um questionamento sobre toda a engrenagem social para que as antigas categorizações sejam abaladas. O caso de Sophia na capa de *Elle* reforça como olhar para os ícones de revista, sejam eles ciborgues em menor ou maior escala, perceber como tais ícones estão relacionados a processos históricos e sociais, pode ser um ponto de partida para se questionar o que, afinal, se espera para dentro e fora das páginas, em um futuro não tão distante.

3 NO(S) CORPO(S) DOS MAGAZINES: AS MATÉRIAS JORNALÍSTICAS DE *CLAUDIA* E *TPM*

3.1 AS CONSTRUÇÕES TEXTUAIS EM REVISTAS E O EIXO DA APARÊNCIA

Pelo que colocam no papel, é possível dizer que as revistas femininas se relacionam com o que seria a feminilidade, com a feminilidade vivenciada, com um feminino ideal e com estereótipos femininos. Relembrando a distinção feita por Rozsica Parker (2015) sobre tais conceitos, já em 1984, a construção da feminilidade se refere às considerações psicanalíticas e sociais da diferença social, enquanto a feminilidade vivenciada seria aquela identidade vivida pelas mulheres que tanto aceitam quanto resistem a essa feminilidade. Já o ideal feminino seria um conceito historicamente mutável do que as mulheres deveriam ser, enquanto o estereótipo feminino seria, por sua vez, a coleção de atributos imputada e sobre as quais todas as suas preocupações são medidas.

Assim, ao trabalhar com atribuições de um feminino como se ele fosse consistente e coerente, falando de mulheres como se fossem personagens, previsíveis e estáticas, as publicações atualizam e reatualizam esse ideal de feminino e propõem estereótipos, ao mesmo tempo em que vão influir na própria construção de feminilidade. Seja como for, essas questões, que estão imbricadas, são elaboradas em determinados contextos sociais e terão, igualmente, efeitos sociais.

Asunción Rodal (2009) complementa que o feminino pode ser uma habilidade construtiva sobre a subjetividade baseada no conhecimento social do que se supõe “ser mulher”, por isso, então, é preciso levar em conta a força das proposições em revista. Por outro lado, como lembra Judith Butler (2008), a identidade feminina depende de identificações com os modelos propostos, mas também de uma construção performativa, ou seja, em cada atuação do que é proposto, há uma possibilidade de alteração e, portanto, de subversão e liberdade.

A pesquisadora Susana Funck (2008) atesta a necessidade de uma postura crítica frente a essas questões. Para ela, gênero é uma construção sociocultural que precisa ser constantemente afirmada, desconstruída e negociada e “são exatamente as diferentes práticas discursivas que permitem e promovem processos de subjetificação e identificação com aquelas características que em certo momento histórico são vistas como femininas ou masculinas” (FUNCK, 2008, p. 186). Somos, então, constantemente interpeladas por discursos homogeneizantes que nos ensinam o que podemos ou não ser, mas uma atitude questionadora pode

evitar que, especialmente sendo mulheres, sejamos colocadas à margem dos processos sociais culturais. Afinal, como complementa a estudiosa, só a tomada de consciência a respeito da forma pela qual nossas identidades sociais são construídas poderá garantir a recusa em relação a interpelações indesejadas. A possibilidade de resistência fornecida pelo discurso, como oposição à identificação, é possível somente por meio “do desenvolvimento de estratégias adequadas, que uma compreensão diferenciada da linguagem pode nos oferecer” (FUNCK, 2008, p. 189).

Seguindo nesses esforços, vale lembrar que a enunciação de feminilidade por parte das revistas, pressupondo uma homogeneização e uma diluição das diferenças converge, inclusive, para a própria proposta dos meios de comunicação de massa. Resgatando Jesús Martín-Barbero (2013), o capitalismo do século 19 fez emergir a cultura de massas como uma cultura em que diferenças sociais são encobertas e negadas, reconciliando gostos. Para o autor, trata-se de uma mediação que encobre conflitos entre as classes, produzindo sua resolução no imaginário e assegurando o consentimento ativo dos dominados. Segundo ele, esse processo foi possível porque a cultura de massa foi construída acionando, e deformando, sinais da antiga cultura popular e integrando ao mercado novas demandas das massas.

O fato é que, seja para abafar insatisfações sociais e manter a ordem do sistema social estratificado de classes, seja para facilitar a canalização de seus produtos e serviços, essa homogeneização típica da cultura de massa, nos magazines, opera de uma maneira muito específica, nas delimitações de um tipicamente feminino que passa por questões de sexualidade, de aparência física, de atividades e ainda de raça, atendendo a demandas de uma sociedade tanto patriarcal como racialmente hierarquizada. Afinal, as experiências são racialmente estruturadas e, se raça importa¹³², ela importa de uma maneira muito peculiar na terra em que se falou de “democracia racial”¹³³.

Elizabeth Grosz (2000, p. 47) acrescenta que o pensamento dicotômico, tão presente na sociedade contemporânea, “necessariamente hierarquiza e classifica os dois termos polarizados de modo que um deles se torna o termo privilegiado e o outro sua contrapartida suprimida, subordinada, negativa”. De acordo com ela, o termo primário estabelece seus limites a partir da expulsão do outro, sobre o qual se

¹³² Referência ao título do livro “*White women, race matters: the social construction of whiteness*”, de Ruth Frankenberg (1993).

¹³³ Debatemos mais atentamente esse conceito no tópico “Branqueamento e democracia racial à brasileira”, do primeiro capítulo.

estabelece essa hierarquia. Como diria ainda Homi Bhabha (2013, p. 65), o outro é citado, mencionado, emoldurado, encaixado em toda uma estratégia de imagem e contraimagem de um “esclarecimento serial”.

Essas ideias não deixam de remeter ao pensamento de Simone de Beauvoir, para quem, como lembrou Susan Bordo (2000), dentro do mundo social há aqueles que ocupam a posição de essencial, universal e aqueles que são definidos e marcados por sua diferença sexual e, como acrescentamos, racial. Assim, haveria a “história”, considerada história de fato, e a “história das mulheres” (BORDO, 2000, p. 12), do mesmo modo que autores negros são citados apenas por suas abordagens de raça, com a alteridade das pessoas negras sendo assim perpetuada. Como raça é um quesito atrelado somente às pessoas negras e gênero é atrelado apenas às mulheres, é como se os homens brancos não se relacionassem com essas duas categorias; como se não tivessem gênero ou raça.

Portanto, a desestabilização dos eixos arbitrários que sustentam o feminino, que sustentam a branquidade, enfim, que sustentam as hegemonias de uma sociedade desigual, envolve considerar relações de poder do contexto atual, seja sob seu viés capitalista, racial, de gênero ou destes itens todos. Resgatando novamente Bhabha (2013, p. 79), a luta contra a opressão colonial ou, no caso, contra os vestígios dos mecanismos de colonialidade e eurocentrismo envolve a contestação da ideia historicista de tempo como um todo progressivo e ordenado. Ou seja, é preciso colocar em xeque a ideia de que se caminha para uma constante e definitiva evolução, enxergando os recuos e entraves latentes, consolidados em ferramentas de opressão e que se manifestam nas plataformas midiáticas.

Tendo essas questões em vista, seguimos para uma observação mais acurada das matérias jornalísticas principais de *Claudia* e *TPM*¹³⁴, a começar por aquelas relacionadas ao eixo da aparência. O foco, agora, são os discursos textuais que assumem posição-chave no interior da revista – enquanto, nas capas, as imagens eram preocupação central, como vimos. Apesar do enfoque deste capítulo não ser a gramática do *design* visual, não deixamos de debater aspectos do âmbito representacional das imagens que compõem as matérias, verificando como se relacionam com o texto na transmissão de valores.

¹³⁴ Nosso intuito foi promover o debate sobre matérias com chamadas de capa que, pela grande notoriedade nas edições, podem ser consideradas referenciais do que é, ou foi, abordado nas revistas, de acordo com o que expusemos na “Introdução”.

3.1.1 As conhecidas recomendações de beleza

Ao menos uma vez, na banca de revistas, no consultório do dentista ou à espera do cabeleireiro, qualquer pessoa já se deparou com uma matéria do estilo de “Kit verão” (OTA, 2005, p. 179-189) de *Claudia*, um “programa de beleza e boa forma”, prometendo ajuda para entrar no verão “mais magra, mais durinha, mais ágil, mais linda ainda”, como foi sinalizado desde a capa. Com o *kit*, a leitora conquistaria “tudo o que sempre sonhou, de forma divertida, saudável, diferente e simples” (OTA, 2005, p. 179).

Os imperativos sobre como ser e como desejar ser, “magra”, “durinha”, “ágil”, acompanham a promessa de saúde e divertimento. Chega a ser cômico que essa forma “divertida” envolvesse dieta, exercícios de pilates, de iaijutsu – um tipo de arte marcial –, truques de maquiagem e até recomendações de perfume. A proposta interdisciplinar sugere um cuidado do corpo que atinge diversas frentes separadamente. Cada “dica” tem o apoio de entrevistados especialistas e sugestões de cosméticos.

A fragmentação corporal fica evidente por meio de sugestões na forma de pílulas que, a cada página, separam setores do corpo, o que é reforçado ainda pelas fotos, mostrando, por exemplo, apenas uma trança, ao se falar de cabelo, ou apenas o rosto, ao se tratar de maquiagem. Há apenas a referência a pessoas brancas – e o ideal de branquidade fica evidente até com o cabelo liso e loiro em destaque –, sendo que os corpos inteiros aparecem somente nas sugestões de exercícios físicos, com as modelos sorrindo enquanto retratam os movimentos a serem feitos, como se a busca pela “boa forma” fosse muito mais prazerosa do que sacrificada.

Figura 51 - “Kit verão”, de *Claudia*.



Fonte: CLAUDIA, out., 2005, p. 186-187.

É óbvio que tanto essa fragmentação como o ideal de divertimento, aliados à própria suposição de insatisfação com o corpo que se tem, atuam como estratégias comerciais para a aquisição daqueles produtos e técnicas. Como Rewa Murphy e Sue Jackson (2011) haviam sinalizado, a insatisfação com o corpo acaba por ser rentável.

Ao tratar das mensagens em capas de revistas femininas norte-americanas, Amy Malkin, Kimberlie Wornian e Joan Chrisler (1990) pontuaram que mesmo naquela década de 1990, 78% das capas remetiam a alguma questão de aparência do corpo e a uma associação entre forma do corpo e vida melhor. No caso das revistas femininas brasileiras contemporâneas, o tema não só segue recorrente nas primeiras páginas como, em alguns momentos, recheia as matérias de maneira bem incisiva. Em maio de 2004, por exemplo, *Claudia* promete revelar “os segredos das mulheres magras – o que algumas famosas fazem enquanto a gente come o que não deve” (CLAUDIA, 2004, p. 154-159).

O enunciado não deixa de remeter a um caráter de rivalidade, em um tom de “nós” *versus* “elas”, mas há também um caráter proibitivo, de coisas que “não se devem” comer, sob pena de perder o corpo almejado para si. Na matéria, são destacados cinco depoimentos de famosas que, entra ano, sai ano, mantêm rigorosamente a forma. Nos primeiros parágrafos, um endocrinologista explica que o metabolismo fica mais lento depois dos 30 anos, o que, somado à alimentação moderna e à vida sedentária, pode fazer a pessoa engordar. Por isso, a revista reforça que ser magra exige força de vontade, sendo que saber aqueles truques poderia ajudar.

A apresentadora de televisão Ana Furtado é a primeira personagem da matéria. Ana se preocupa com a alimentação mas, “por sorte”, nunca se sentiu atraída por *fast foods* e nem criou o hábito de beliscar ao longo do dia (CLAUDIA, 2004, p. 155). A celebridade que garantiu sentir prazer ao fazer as refeições, não comia carne vermelha nos últimos dez anos, evitava frituras e refrigerantes. Fora isso, “não fazia dietas” – fica o questionamento sobre o que, afinal, seriam essas privações senão uma dieta restritiva – e iria experimentar ioga.

Já a empresária, radialista e apresentadora Cristiana Arcangeli não “pisou na bola” nem durante a gravidez, engordando somente 8,5 quilos. Quando sentiu extrapolar numa festa, “pagou penitência” no dia seguinte, em corridas e na ingestão de muita água. Além disso, entre outras ações, fazia muitos exercícios físicos, priorizava proteínas no cardápio e reservava os doces para o final de semana: “quando bate aquela fissura, como um quadradinho de chocolate, saboreando

lentamente”, expôs (CLAUDIA, 2004, p. 156). Mesmo assim, apesar das restrições, ela também negava estar sempre em dieta.

A terceira personagem elencada foi a jornalista e apresentadora Glória Maria, para quem o segredo da boa forma era manter a cabeça ocupada e “não abrir exceções, nem em ocasiões especiais” (CLAUDIA, 2004, p. 157). A jornalista nunca comia frituras, cremes e molhos gordurosos e permitia-se doces apenas uma ou duas vezes ao mês. Entre as muitas atitudes adotadas por ela estavam tomar muita água e suco de tomate para enganar a fome fora de hora e comer três ou quatro claras de ovos cruas, para manter a tonicidade da pele. Também costumava passar por uma dieta especial de dois meses, periodicamente, além de fazer exercícios físicos.

A atriz Débora Bloch também sabia que “é preciso resistir a guloseimas e outros alimentos engordativos”, por isso, na sua despesa não entravam essas “tentações” e se acostumou a fazer substituições: manteiga por azeite extravirgem, carne vermelha por branca e etc. (CLAUDIA, 2004, p. 158). Mas Débora, que praticava muitos exercícios físicos, ao menos nos finais de semana, comia sem culpa.

A última personagem destacada foi a atriz Mila Moreira, que contou ter tomado inibidor de apetite na época de modelo, mas ter encontrado o “equilíbrio” depois dos 30 anos. Com orientação de uma nutricionista, a atriz, que apostava nos exercícios físicos, aboliu do cardápio frituras e molhos, comia carboidratos e frutas só durante o dia, e doces, nunca.

Na matéria, fotos das entrevistadas, em roupas que destacam a silhueta e em poses que sugerem movimento, reforçam as personalidades como modelos, de vida e de aparência, a serem seguidos. Quatro personagens exaltadas são brancas e uma, negra. De qualquer maneira, há uma mulher negra sendo representada também em imagem, no caso, Glória Maria, o que não será uma tônica frequente, como observaremos nas análises seguintes.

Figura 52 - “Os segredos das mulheres magras”, de *Claudia*.



Fonte: CLAUDIA, maio, 2004, p.156-157.

Seja como for, fica evidente o caráter imperativo e restritivo das sugestões, ao mesmo tempo em que o tom de privação é minimizado, diante dos anúncios de que não vivem de dieta e comem “sem culpa” o que têm vontade no final de semana. Não seria possível comer sem culpa sempre?

A matéria em questão destacou as medidas corporais de cada celebridade. Mas, quando calculamos o Índice de Massa Corporal – índice elaborado pela Organização Mundial da Saúde –, com base no peso e altura divulgados¹³⁵, apenas Débora Bloch não tem um peso considerado abaixo do ideal. Todas as outras personalidades que, vale lembrar, foram apontadas como referenciais para as leitoras, na verdade, apresentam IMCs abaixo do que a ONU recomenda, ao tratar de padrão de saúde.

Obviamente, essa não foi a única vez que personalidades com essas medidas, ou outras até mais reduzidas, foram exaltadas em revista, o que só reforça o caráter até doentio das proposições relacionadas ao corpo nos meios de comunicação de um modo geral.

As colocações não deixam de seguir a ordem patriarcal, elencando como principal preocupação feminina o cuidado com o corpo. Para Susan Bordo (2003), o controle do apetite feminino é a expressão mais concreta da norma geral em que se baseia a feminilidade, a de que a fome feminina – seja ela por poder, por independência ou gratificação sexual – deve ser contida e o espaço público que se destina às mulheres,

¹³⁵ Cálculos feitos por meio de ferramenta disponibilizada pelo site do IBGE, em <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/pof/2002/imc_calculo.php?peso=50&altura=1%2C60&Submit=Enviar>. Acesso em: 14 fev. 2017.

limitado. Afinal, ao recomendar a redução de medidas, recomenda-se que a mulher diminua o tamanho de seu corpo, seu tamanho, diante da sociedade, o que tem inclusive um peso metafórico. Ao mesmo tempo, sugere-se uma anulação feminina, com a contínua submissão ao olhar externo, com o estímulo à constante contagem de calorias e à restrição do cardápio.

Para Naomi Wolf (1992, p. 15), a concessão de valores às mulheres numa hierarquia vertical, “de acordo com um padrão físico imposto culturalmente expressa relações de poder segundo as quais as mulheres precisam competir de forma antinatural por recursos dos quais os homens se apropriaram”. Os padrões estéticos de hoje, portanto, seriam reflexo da cultura, da economia e da estrutura de poder contemporâneo, sendo uma das vias que mantêm a subordinação feminina.

Mesmo neste século, então, há o reforço da figura feminina como frágil, a ser submetida a uma vigilância constante, que começa por seu apetite. O estímulo às privações alimentares e à prática do jejum – atualizada recentemente pela moda do “jejum intermitente”, requerendo ao menos 12 horas sem se alimentar – não deixa de remeter até às concepções mais antigas relegadas às mulheres, afinal, se elas foram admitidas, desde o início da história ocidental, como figuras ambíguas, entre Virgem Maria e Eva, exigindo controle contínuo, as privações alimentares não deixam de sugerir um esforço para que se aproximem mais do lado santo de suas existências, por meio de sacrifícios.

Essas máximas vão se somar ainda aos ideais de beleza que vêm sendo associados no Ocidente às mulheres pelo menos desde o Renascimento, com a corporalidade ideal feminina se definindo por uma “leveza” e imaterialidade, como destacou Asunción Rodal (2009, p. 270). A autora sinaliza que, apesar de todas as revoluções sociais e midiáticas, existem imaginários quanto a representações de gênero que não mudaram, ao longo dos últimos séculos. Assim, do mesmo modo que na literatura e no cinema, nas revistas persistem as mulheres erotizadas ou que parecem bonecas, tamanha a sua docilidade. Como ainda explica Rodal (2009), remetendo aos pensamentos de Judith Butler, há algo de essencial nesse imaginário que vai contribuir para a regulação de gênero e sua inteligibilidade, ou seja, para a maneira como se entende o que é ser mulher.

Na verdade, como já suspeitava Wolf (1992, p. 18-19), a ascensão do “mito” da beleza, a partir do século 19, foi só uma das ficções que recaíram sobre as mulheres como algo natural, somando-se à necessidade de maternidade, à biologia feminina admitida como

determinante para que as mulheres fossem histéricas ou hipocondríacas e com falta de apetite sexual, a que se acrescentou ainda uma suposta pré-disposição para atividades repetitivas e demoradas, como o bordado. Versões – literalmente – repaginadas dessas ficções podem ser encontradas nas publicações, que seguem elencando como temas “de mulher” a obrigatoriedade de ter filhos ou a incapacidade de competir em cargos de poder no trabalho.

Mesmo assim, o que notamos é que essas “ficções” que se desenhavam e se reformulam na contemporaneidade operam de um modo que segue relegando às mulheres uma posição, no mínimo, desigual – senão inferior. Extrapolando os cuidados de beleza, há uma série de aspectos que, da maternidade à sexualidade, as delimitam e diferenciam em relação aos homens – e de maneira até pejorativa, em alguns momentos –, conforme critérios bem determinados, como veremos.

É fato, no entanto, que grande parte dessas ficções é relacionada à aparência. De acordo com o que reforçou, já na década de 1970, John Berger (2010), enquanto a presença do homem depende do poder moral, físico, temperamental, econômico, social, sexual que encarna, com a mulher, os gestos, as opiniões, a roupa que escolhe, enfim, tudo conflui para a importância de sua aparência.

Desse modo, ao corpo se atribui uma atenção exagerada, propondo-se a redução da mulher a corpo, a redução de toda a vida da mulher a corpo, além da redução do próprio corpo da mulher, como diminuição da sua figura na sociedade. É sugerida, por meio das inúmeras recomendações estéticas, uma fragmentação do olhar da mulher sobre si mesma. Sugere-se a ela que empreenda esforços sobre cada “peça” de si separadamente e incessantemente, a exemplo da matéria “Kit verão” (OTA, 2005, p. 179-189).

Com isso, não deixa de haver uma diluição da perspectiva do todo corporal, uma redução do sujeito à sua imagem, o que pode promover até uma alienação em relação à própria existência. Processo que, ironicamente e não raramente, tem o apoio de imagens artificiais, retocadas em programas de computador. Tal como a robô Sophia, personagem da capa de *Elle* de 2016 de que tratamos no segundo capítulo – no tópico “Ciborgues como possibilidade de subversão” –, não estariam as revistas como *Claudia* já fazendo uso de modelos de corpo simulados, em última instância, artificiais, inadvertidamente? Não estariam as leitoras se mirando em contornos quase tão distantes dos corpos de carne e osso, ao menos em sua maioria, quanto um robô?

A preocupação exacerbada com os corpos, vislumbrada nas páginas, dá indícios de ter sido uma espécie de entretenimento que

acabou fugindo do controle. Ora, os mecanismos que promovem o corpo, e cada parte sua, transferem qualquer atenção de fatores do cotidiano para essas “peças”. Assim, qualquer outra preocupação é postergada, à medida que se destaca um “problema” do plano material e visível. Portanto, as insatisfações com o corpo estariam mais passíveis de solução que, inclusive, poderia ser alcançada de forma “divertida”, como se sugere em matéria. Cuidar do corpo, então, poderia ser até uma forma de entretenimento. Além disso, a eficácia dos planos estéticos, com exercício, alimentação saudável, salões de beleza e plásticas, ocorre também porque, em alguma medida, esses planos podem ser sedutores, prometendo sucesso em níveis da vida pessoal, e compensadores.

Para Naomi Wolf (1993, p. 83), as revistas femininas sempre conferiram charme ao que o sistema econômico, os anunciantes ou o governo precisavam obter das mulheres e os cuidados com a beleza, destacados nos magazines, foram uma “neurose portátil”, estimulando o consumismo. Por outro lado, mesmo essa autora falou da “deliciosa sensação de solidariedade”, ou mesmo de compartilhamento, proporcionada pelos conteúdos promovidos pelas revistas. Por meio das revistas, há uma ideia de pertencimento a um grupo, que partilha dos mesmos anseios. Essa satisfação certamente é reforçada pela ideia de que, seguindo as recomendações, com esforço, será possível reconhecer no espelho um pouco daquilo que é conferido nas páginas.

Na prática, porém, a multiplicação de exigências acabou por fixar um corpo irreal, artificial, ciborgue, como meta, e consolidar os corpos mais reais como fontes infundáveis de cuidados e, portanto, de apreensão, controle e até compulsões. São muitos os aspectos sociais e históricos, então, que se escondem por trás das simples “listinhas” do que fazer ou não em relação aos próprios contornos.

3.1.2 Diversas formas de amar a si mesma

Se por vezes ditarão os referenciais de beleza, em muitos momentos, as revistas defenderão questões de amor próprio. É o caso de “Ame seu corpo” (OTA, 2008, p. 200-204) que enuncia, de início: “todas podemos ser lindas – a questão é saber o que valorizar e como”. Por isso, foram reunidos “os mais eficientes tratamentos e produtos que vão ajudá-la a garantir (ou reconquistar) seios sem estrias, barriga chapada, bumbum firme e costas de arrasar”. Atentamos, aqui, para a delimitação desses adjetivos de como deve ser cada parte do corpo. Do mesmo modo, a matéria recupera a fragmentação corporal por meio de

imagens de um corpo nu, branco, liso, brilhante, que aparece por partes, conforme cada dica vai sendo destacada.

Figura 53 - “Ame seu corpo”, de *Claudia*.



Fonte: CLAUDIA, jun., 2008, p. 200-201

Segundo essa matéria, “valorizar” o corpo seria transformá-lo, seja com tratamento a *laser* para combater as estrias e alcançar “seios poderosos”, seja com uma técnica de luz intensa para eliminar a acne das costas ou ainda com um *peeling* para tirar manchas e conquistar “costas sedutoras”. Há também dicas de tratamentos de esfoliação, aplicação de máscara e massagem redutora para chegar ao “abdômen dos sonhos” e ao “bumbum perfeito”. Para eliminar a flacidez do bumbum, recomenda-se também um aparelho de radiofrequência que atinge as camadas “mais profundas da pele”, enquanto para ter “pernas maravilhosas”, é preciso um hidratante que combate ressecamento.

É necessária, então, toda uma conjunção de esforços e produtos nessas operações de “combate” que precisam atingir até aquilo que não se vê, ou seja, as camadas mais profundas desse corpo. Nessa empreitada sugerida pela revista, não se devem medir esforços. Na verdade, chega a haver uma minimização desse sacrifício, quando se diz, por exemplo, sobre os raios infravermelhos que combatem a flacidez das pernas: “a dor é suportável” (OTA, 2008, p. 204). Em cada tópico, há indicações de como esses tratamentos podem ser imitados em casa, por meio de cremes e produtos encontrados em clínicas e lojas, dando a ideia de acessibilidade desse embelezamento, e evidenciando as questões comerciais dessas dicas.

O amor pelo corpo, em *Claudia*, parece passar necessariamente pelo zelo à aparência de acordo com os padrões em voga e recursos disponíveis. Porém, anos depois, em 2012, a revista lançou um breve movimento, intitulado “Ame sua vida” e, nesse segundo “amor” proposto, o foco seria muito mais o bem-estar. Em uma maior aproximação com o setor comercial, o movimento previa eventos – com

o apoio da área publicitária – e a publicação de dossiês sobre “dilemas ou pontos de tensão” (MAGESTE, 2012, p. 30), com dicas, por exemplo, de como administrar melhor o tempo e organizar a rotina¹³⁶.

A ideia de amar o próprio corpo será abordada diferentemente por *TPM* que, inclusive, relaciona esse amor com a problematização dos padrões estéticos. “Você é feia?” (ANIC, 2009, p. 44-49) destacou como a mulher precisa ser sempre bonita, enquanto os homens têm a opção de ser “feios, porém charmosos”. Nas primeiras páginas, quanto à imagem, enquanto de um lado há uma Barbie comum, do outro, há o rosto de uma Barbie com lábios mais finos, nariz mais largo e sobrancelhas grossas, embora as duas sejam brancas, com cabelos lisos e loiros e olhos claros. Em outros dois momentos da mesma matéria, apareceram bonecas com rostos mais redondos e traços menos simétricos. A proposta, portanto, era evidenciar modelos admitidos como menos perfeitos em relação às normas estéticas, apesar da manutenção do modelo eurocêntrico em todas as bonecas.

Figura 54 - “Você é feia?”, de *TPM*.



Fonte: *TPM*, out., 2009, p. 44-45.

Enfim, na matéria, *TPM* problematiza como mulher precisa ser bonita mesmo se for competente, enquanto até os homens mais feios são considerados pelo menos interessantes. Atuando como um observatório de seus trabalhos, *TPM* aponta comparações entre seus ensaios sensuais masculinos e os ensaios sensuais femininos de sua “irmã mais velha” *Trip* – voltada para o público masculino –, como um indicativo dos imperativos de beleza sobre as mulheres. Assim, dos 182 ensaios

¹³⁶ Nessa clara aproximação com o setor comercial, as matérias contaram com o patrocínio, explicitado, da marca *Boticário*, por exemplo.

femininos realizados por *Trip*, revista com 23 anos à época, apenas oito mulheres tinham mais de 30 anos, enquanto, em *TPM*, 80% dos ensaios masculinos feitos em oito anos de publicação trouxeram homens com 30 anos ou mais (ANIC, 2009, p. 44-49). A tentativa de pensar sobre os próprios processos de produção tem um grande mérito, quando se fala em desestabilizar padrões hegemônicos. No entanto, trata-se de uma discussão pontual e que não é aprofundada, por exemplo, para o questionamento desses modelos de mulher que são repetidos nas páginas.

Seja como for, o texto indica que, em comparação às mulheres, os homens podem assumir a feiura com muito mais facilidade, como o gerente artístico do Canal *GNT*, Jorge Espírito-Santo que “conhecido por estar sempre acompanhado de belas mulheres, também não tem medo de assumir a feiura – ou o charme” (ANIC, 2009, p. 46). Ele mesmo destaca a importância de ter o “borogodó”, ou seja, “aquela coisa que deixa a gente sem saber se vai pra direita ou pra esquerda”, em coluna intitulada “Não existe mulher feia”, integrando a matéria (ESPÍRITO-SANTO, 2009, p. 49). Mas, se “não existe mulher feia”, por quê, então, Jorge seria justamente conhecido por estar sempre acompanhado de “belas mulheres”, considerando que, no senso comum, as belas mulheres são aquelas que se enquadram nos padrões estéticos?

De todo o modo, o colunista sai da mera exaltação à aparência. Por outro lado, ao destacar que um tratamento de beleza com “os cremes certos”, entre outras coisas, ajuda, ele não deixa de cair nos outros imperativos, ao afirmar que “no fundo, quem está se achando feia anda mal-amada, mal arrumada e com problema de autoestima”. E, afinal, qual seria o problema de ser mal arrumada? Não seria uma opção? E quem tem sido a “mal-amada” ou a com “problemas de autoestima”, socialmente falando, se não aquelas que não correspondem às expectativas masculinas heterossexuais?

A coluna está integrada à matéria, o que é endossado até pela maneira com que é diagramada. Porém, saindo desse espaço assinado por Espírito-Santo e retornando à reportagem, notamos que, ao elencar especialistas que demonstram como a beleza está entre os principais quesitos que uma mulher deve ter, a revista não deixa de contextualizar a temática e ironizar como se trata de determinações que chegam desde cedo:

Desde pequena você já sabe: ‘Não se nasce mulher, se aprende a ser mulher’. Sua mãe, indiretamente, parafraseou Simone de Beauvoir

enquanto te presenteava com uma maquiagem de brinquedo ou com uma Barbie – representação absoluta do que é ser bela, leia-se magra, esguia e loira. Desde sempre, mulher é sinônimo de beleza. E, se você é feia, deixou um pouco de ser mulher. (ANIC, 2009, p. 47)

Sem deixar de apontar ainda o papel do sistema capitalista, criando novas necessidades de cuidado, produtos e serviços, e a contribuição das imagens, especialmente de cinema, na difusão dos paradigmas, a revista pontua como o modelo de beleza é único e como parece que “ter olhos azuis, enfim, é uma questão de escolha”, convergindo para os apontamentos que temos feito até aqui. Afinal, a quantidade de recursos estéticos sugere que a beleza, e aquela beleza específica, pode ser acessível a cada uma, independentemente de sua raça, tipo físico, meio social – e como se essa beleza específica precisasse ser acessível e ser alcançada. Como destacou a historiadora Mary del Priore na reportagem, “eleger louras como belas não deixa de ser masoquista. É uma loucura um país formado por crianças afrodescendentes ter apresentadoras de programas infantis que sejam 100% louras” (ANIC, 2009, p. 48).

Ao mesmo tempo, então, em que diversas formas corporais são excluídas, os padrões que serão continuamente repetidos e estão a anos luz de distância da realidade no país não deixam de atribuir às próprias pessoas fora do padrão uma certa culpa, como se pudessem se aproximar daqueles modelos exaltados. E como se o fracasso nessa adequação estivesse relacionado apenas à incapacidade individual, seguindo o que propôs a estudiosa Joana de Vilhena Novaes (2006), que também figura entre as fontes da matéria de *TPM*. Por outro lado, enquanto o texto em questão sinaliza para essas problematizações, as imagens propõem Barbies que, embora mais ou menos “perfeitas” em relação às normas estéticas, são sempre brancas. Das oito grandes imagens que aparecem, remetendo a bonecas ou pessoas, o colunista Jorge Espírito-Santo é o único personagem que foge ao ideal de branquidade – os rostos de outros oito homens, todos brancos, apareceram em imagens menores¹³⁷. Como vemos, essa proposta de problematização dos padrões estéticos,

¹³⁷ Os rostos expostos foram de homens lembrados em um concurso informal, promovido pela revista, para eleger os feios do meio midiático que são considerados lindos em função de seu olhar, inteligência, etc., ou seja, os feios “porém charmosos”. Os mais lembrados foram o ator norte-americano Adrian Brody e o cantor brasileiro Marcelo Camelo.

no magazine, não se refletiu em uma representatividade no quesito das imagens, especialmente se considerarmos questões raciais.

Seja como for, enquanto em *Claudia* as listas com recomendações de produtos para cuidar do corpo ou para se maquiar e se vestir são comuns, *TPM* também não fica totalmente livre das seções de beleza, tão conhecidas nesse tipo de veículo. Embora elas sejam menores e mais recentes na revista, começando a ser parte obrigatória apenas após 2005, também no veículo da Editora Trip é possível encontrar dicas tanto de moda como de maquiagem e cosméticos de um modo geral, com recomendações personalizadas, de alguma celebridade ou de pessoas comuns.

Mas a revista intenta lançar os holofotes, de fato, para questionamentos quanto a convenções sociais, aproximando suas discussões da pauta feminista e distanciando-se das concorrentes impressas. Desse modo, propõe, em dezembro de 2006, a edição intitulada “Você não é gorda!”. Comparando com as demais do setor, *TPM* promove um movimento de democratização desse espaço privilegiado de capa, ao destacar uma mulher comum, com um corpo não-magérrimo exposto em um maiô decotado.

Porém, é necessário propor algumas aferições a partir dessa primeira página. De fato, a personagem Vanessa Trielli, que aparece na capa, não é gorda. Mas e se a leitora de *TPM* for gorda? A chamada sugere que se enquadrar na titulação de gorda é algo negativo. E ainda complementa: “Quantas vezes você se olhou no espelho e enxergou defeitos que só você vê? *TPM* alerta: acreditar na mídia e perseguir um ‘corpo de modelo’ pode detonar sua saúde e sua cabeça! Por que tantas mulheres sofrem de distúrbios de imagem?”.

A revista, então, não deixa de associar a gordura a “defeitos” e, embora critique a mídia e seus “corpos de modelo”, a publicação igualmente pressupõe a exclusão de corpos que são realmente gordos – além disso, sabemos que os corpos assim “normais” não seriam os mais frequentes nas capas. Apesar de revelar um afrouxamento do padrão de magreza das modelos, a revista segue exaltando, se não a magra, a “não-gorda” e um mesmo ideal de felicidade, com a legenda da foto: “Vanessa Trielli, 30 anos, 59 quilos e 1,66 de altura: ‘Sou a melhor versão de mim mesma’”.

Apesar dessas medidas serem certamente bem menos rigorosas do que aquelas que costumamos ver nas publicações do setor, com o destaque a esses números, propõe-se um padrão que, menos restritivo ou não, pode acabar por excluir do *hall* de beleza aquelas que se distanciam dos tais índices. Embora algumas tantas, com medidas corporais maiores

daquelas de *Claudia* sejam “consolidadas” aqui na afirmação de que não são gordas, outras muitas podem de fato serem gordas, o que também para *TPM* parece ser um entrave, não sendo um modelo contemplado.

Na matéria principal “Este corpo não te pertence?” (ABDALLAH, 2006, p. 26-33), é possível observar uma estruturação textual que passa por algumas etapas e se mantém também em outros momentos na revista. A primeira etapa dessa estruturação é a apresentação do problema, em que a revista contextualiza, chama a atenção do público para o assunto e reitera sua própria importância. Nessa etapa, *TPM* instiga uma identificação das leitoras, em uma tentativa de coesão das mulheres como grupo: “quem nunca se descabelou revoltada com um defeito de fabricação da natureza, invisível aos olhos dos outros?”. Por isso, *TPM* iria até Maresias, em São Paulo, “uma espécie de passarela de desfile de corpos sarados” para fazer um “estudo de campo” sobre essa “encanação com o corpo” (ABDALLAH, 2006, p. 26-27).

Como etapa seguinte, o magazine se dedica a apresentar as personagens que reiteram essa ideia de “encanação” com o corpo para, em seguida, abordar as causas dessa insatisfação, com a ajuda de especialistas da saúde e índices de pesquisas. Na etapa final, há possíveis soluções, com as recomendações de profissionais, e destaca-se uma entrevistada que conseguiu superar o problema inicialmente apresentado, no caso, alguém que conquistou a aceitação do próprio corpo. Na tentativa, então, de tornar o assunto didático e ao alcance de todos e, ao mesmo tempo, de atestar seu valor como veículo de informação, *TPM* lança mão de fórmulas que, embora sejam diferentes das de *Claudia*, também pretendem convencer a leitora da veracidade e da relevância de suas informações e de seu valor como manual a ser seguido.

Precisamos pontuar que mesmo o título da matéria, “Este corpo não te pertence?”, remete a uma visão que pressupõe a divisão entre corpo e mente e uma separação entre o corpo e o “você” a quem esse corpo pertence. A matéria chega a afirmar: “o corpo é a única casa onde com certeza moraremos até o fim da vida” (ABDALLAH, 2006, p. 31).

Propostas como essa de *TPM* se aproximam dos discursos de “ame seu corpo” que, segundo Rosalind Gill e Ana Sofia Elias (2014), emergiram em resposta às redes sociais e às críticas feministas sobre a irreabilidade dos padrões midiáticos. Esse amor ao corpo, a princípio, pode parecer apenas valorização de si, porém, na verdade, abarca algumas ambivalências. Entre precursores dos “discursos *LYB*”, sigla em referência ao termo inglês *Love Your Body*, estariam propagandas da

Nike de 1990, criticando justamente os objetivos irreais de perfeição corporal propagados pelos retoques de computador, em um direcionamento que seria seguido por *Dove*. No entanto, ainda de acordo com as autoras, ao propagar a naturalidade, muitas marcas acabaram por utilizar os mesmos programas de retoques de computador que criticaram. Isso sem falar que elas mesmas já teriam estado entre as marcas que reforçaram a insatisfação corporal para venderem seus produtos.

Claudia igualmente tem dado as pistas dessa apropriação comercial de uma aparente valorização de si com a mencionada campanha “Ame sua vida”, de 2012. Mas, no caso de *TPM*, a propagação desse ideal de amor com foco no corpo seria mais explorado, envolvendo outros fatores.

Rewa Murphy e Sue Jackson (2011) sinalizaram que as propostas de amar os contornos corporais constantemente descrevem o corpo como visual e pressupõem uma divisão entre o corpo e quem se relaciona com ele. Nesse distanciamento, a mulher é estimulada a ver seu corpo como “o outro”, como apenas superfície visível, o que reforça as premissas de John Berger (2010), da década de 1970, de que os homens são considerados socialmente espectadores ideais e autores de ações, enquanto as mulheres seriam passivas e alvo dos olhares, inclusive potencialmente de si mesmas, como vemos aqui. Assim, esse processo de *LYB*, sendo totalmente voltado para as mulheres, esvazia o corpo de sua subjetividade e funcionalidade. Resgatando o questionamento de Murphy e Jackson (2011, p. 21-22), se ser mulher é, basicamente, ter um corpo, e se o corpo da mulher é apenas a imagem, então, o que não é imagem?

3.1.3 Aceitação com exposição do corpo

São três as características-chave frequentes nas propostas de “amor ao corpo”: o uso de corpos não-vestidos e não-retocados no computador; o apelo a discursos sobre “real” e “natural”; e a representação de corpos sexualizados e gendrificadas (MURPHY; JACKSON, 2011).

Admitimos, nesse caso, que “Este corpo não te pertence?” (ABDALLAH, 2006, p. 26-33), de *TPM*, segue essas premissas colocadas em xeque. Embora não sugira determinada dieta ou cuidado para o corpo, a matéria mantém o foco na imagem corporal e segue as três mencionadas características, a começar pelas fotos em que os corpos das entrevistadas são expostos em biquínis, maiôs, vestidos

curtos ou batas, em cenários de praia ou de fundo liso, em que posam para a câmera ou diante do espelho. Chama a atenção o fato desses corpos serem sensualizados, de modo que uma das entrevistadas, de costas, veste uma bata branca molhada, colada no bumbum.

Figura 55 - “Este corpo não te pertence?”, de *TPM*.



Fonte: TPM, dez., 2006, p. 28-29.

Apesar de atribuir culpa à mídia quanto às paranoias com o corpo, afirmando que “na sociedade atual o corpo parece ser o que determina, em última instância, o quanto valemos” (ABDALLAH, 2006, p. 30) e ceder espaço a especialistas como psicólogos, tratando dos efeitos nocivos da percepção distorcida em relação aos contornos corporais, a matéria responsabiliza a mulher por sua baixa autoestima, reiterando constantemente que as entrevistadas Bianca Rego, Stella Carvalho e Hedlin Mazza, são “meninas bonitas, sem razão aparente para complexos”, mas criaram “hábitos alternativos”, que envolvem esconder o corpo, para conviver com “supostas imperfeições” (ABDALLAH, 2006, p. 28). O texto ressalta, então, que a baixa autoestima pode comprometer o desempenho profissional ou até trazer problemas nos relacionamentos, em uma ligação entre a não-exposição do corpo e baixa autoestima e entre baixa autoestima e problemas pessoais ou mesmo doenças psicológicas.

Tal como debateram Rewa Murphy e Sue Jackson (2011), também em *TPM* sugere-se que, aquela que ama seu corpo, então, se torna confiante, cheia de si, desejando expor seus contornos, tornando-se sexualmente atrativa e bem-sucedida no campo amoroso e profissional justamente por isso. Portanto, é como se a mulher precisasse dessa autoconfiança para despertar um desejo sexual.

A responsabilização quanto à autoconfiança passa ainda por distinções de gênero, sendo que, segundo a revista, os homens são mais

desencanados quanto ao corpo que têm e, apesar de se cuidarem mais hoje, ainda é pouco provável que deixem de vestir uma bermuda porque exageraram nos petiscos na noite anterior. De acordo com a revista, “taí bom exemplo para a gente seguir” (ABDALLAH, 2006, p. 30). Se *Claudia* destacou a personagem que “pagava penitência”, correndo tomando muita água, após “extrapolar” em uma festa, *TPM*, como vemos, aconselha imitar os homens que são mais desencanados com o corpo. Dos dois jeitos, propõe-se uma relação problemática da mulher com o seu corpo, sinalizando as condutas a serem tomadas.

Em *TPM*, o destaque conferido à Vanessa Trielli como “melhor versão de si mesma” propõe ainda que a mulher deve conhecer o corpo verdadeiramente, como se essa verdade pudesse ser encontrada por meio da autoaceitação de sua imagem. Vanessa Trielli é o bom exemplo destacado, vestindo o maiô decotado “sem drama”, e “não tentou convencer ninguém de que tinha defeitos horríveis espalhados pelo corpo” (ABDALLAH, 2006, p. 32). Por outro lado, outra entrevistada “não tem previsão para colocar a barriga de fora em público” e uma terceira desde os 12 anos “encana com as celulites, o cabelo, a barriga” (ABDALLAH, 2006, p. 28). Há também uma entrevistada insatisfeita por se achar magra demais.

Enfim, em alguns momentos se resvala para um tom até gordofóbico, evidenciado em construções como

Stella, Hadlin e Bianca são meninas bonitas, sem razão aparente para complexos. Não são magérrimas como as modelos, que viraram símbolos da beleza contemporânea – e exibem seus *photoshops* em *outdoors* por toda parte – mas têm carne distribuída proporcional e harmonicamente. (ABDALLAH, 2006, p. 28)

O mesmo parágrafo que fala da rigidez das normas estéticas e atenta para os retoques de computador, que promovem corpos irreais, concentra, por outro lado, uma tônica quase animalesca, sugerindo que as entrevistadas são bonitas e não têm motivos para complexos por terem “carne distribuída proporcional e harmonicamente”. A mesma ideia aparece ao se falar da entrevistada que esconde a barriga até das amigas próximas. “Bianca não é sequer ‘fortinha’ e sua barriga, mesmo sob a camiseta, não apresenta nenhum relevo” (ABDALLAH, 2006, p. 32).

Já Vanessa, a protagonista da capa, nunca deixou de usar alguma roupa, mas estava “aquém de seu potencial” e pesava 10 quilos a mais, em uma relação com a comida que, segundo ela, era compulsiva. Por isso, “tirou açúcar e carboidrato do cardápio por tempo indeterminado e conta que está acostumada a parar de comer antes de se sentir satisfeita” (ABDALLAH, 2006, p. 31). A radicalidade dessa construção, em que é sugerida uma dieta restritiva, é justificada porque a entrevistada estava em busca de “saúde”. Em uma das fotos, a legenda indica: “Vanessa, linda e com dez quilos a menos” (ABDALLAH, 2006, p. 32).

Notamos, portanto, que a matéria em questão prevê a aceitação do corpo exclusivamente para quem não está no padrão de magreza das modelos mas não é gorda. A representatividade na matéria, portanto, é garantida somente a entrevistadas não-gordas e brancas. As mulheres negras passam longe das páginas e, se Vanessa teria sido gorda, à época da matéria, estaria, afinal, com 10 quilos a menos.

Desse modo, apesar de destacar uma proposta que parece ser de conciliação com o próprio corpo e de afrouxar as medidas que costumam ser vistas em revistas, expondo contornos mais “normais” e corpos com o que conhecemos por “gordurinhas localizadas”, *TPM* mantém a exclusão a corpos gordos e negros, como algo a ser transformado por meio de dietas ou simplesmente silenciado. Além disso, a matéria mantém a importância da exposição corporal feminina, ao mesmo tempo em que naturaliza a relação problemática da mulher com seus contornos corporais. Nesse sentido, comparando com as mencionadas matérias de *Claudia*, em *TPM* parecem despontar vias diferenciadas que, no entanto, têm linhas de chegada semelhantes.

3.1.4 Tentativas de ir além do manequim 38

Talvez como mais um esforço para se distanciar das concorrentes, no entanto, em seguida a “Este corpo não te pertence?” (ABDALLAH, 2006, p. 26-33), Nina Lemos (2006, p. 34-35) assina a coluna “Imagem não é tudo. (Mesmo!)”, em que exalta iniciativas da publicação. A colunista afirma que “estavam todos cansados” de revistas falando coisas como “ficar magra para arrumar um homem” ou “fazer sexo anal é o segredo para segurar casamento” e “daí para pior” (LEMOS, 2006, p. 34).

Por isso, em 2001, *TPM* lançou a campanha “Imagem não é tudo”. “Há tempos vínhamos percebendo o quanto somos vítimas da imagem. E que isso pega mais pesado em nós, mulheres”, levando, ainda segundo a colunista, à submissão a dietas, anfetaminas e até à

morte¹³⁸ (LE MOS, 2006, p. 34). Relembrando matérias que procuraram discutir tais assuntos, a colunista reiterou o compromisso da equipe em manter o debate, seguindo “*ad infinitum*, com a campanha e com a saga” (LE MOS, 2006, p. 35).

No editorial daquela edição, o editor Paulo Lima (2006, p. 8) havia antecipado que por ter ganhado importantes prêmios do jornalismo brasileiro, *TPM* vinha servindo de modelo para outras revistas no setor. Porém, segundo ressaltou ele, “infelizmente, costumam preferir as personagens descoladas ou as dicas de comportamento que damos em nossas páginas para destrinchar em seus programas, sites ou páginas” e, para o jornalista, caso tivessem repercutido mais as denúncias que a revista havia feito sobre os padrões estéticos, talvez as duas modelos mortas por complicações de distúrbios alimentares naquele ano ainda estivessem vivas. Fica claro aqui como o jornalista exime *TPM* de qualquer responsabilização na consolidação de normas estéticas, porque o título estaria fazendo sua parte nesse quesito, por meio de denúncias aos padrões.

Segundo Lima (2006, p. 8), se dependesse da revista, menos mulheres iriam sofrer e se tornar infelizes “atrás de padrões estúpidos ou equivocados, para dizer o mínimo”. Ainda de acordo com ele, esse era o motivo pelo qual aquela edição inaugurava uma nova fase da revista “mais solta, feminina e leve, sem deixar de ser contundente, original e forte”, com seções de beleza, viagem, moda e decoração. Porém, como se vê, a revista não é tão alheia assim às proposições quanto aos modelos de corpo hegemônicos e nesses esforços para ser mais “solta, feminina e leve”, abordando temáticas conhecidas desses suportes, *TPM* tende a reforçar aproximações com os magazines mais conhecidos.

O fato é que é possível notar um movimento de vai-e-vem na revista que não abandona essa busca por “feminilidade” e a abordagem de aspectos tradicionalmente atribuídos à mulher, como moda, decoração e beleza, ao mesmo tempo em que intenta originalidade, debate de convenções e até uma aproximação com a pauta feminista.

Seja como for, há méritos em *TPM* quando observamos a frequência com que colocam em xeque os padrões estéticos. Na edição que propôs na capa “Eu não visto 38. E daí?” (TPM, ago., 2012), com a cantora Gaby Amarantos, portanto, colunas e matérias debateram as imposições sociais, relacionadas à balança, sobre as mulheres. No caso

¹³⁸ Naquele ano de 2005, as modelos Ana Carolina Reston e Carla Casale faleceram por complicações relacionadas à anorexia nervosa, levantando um debate na mídia sobre as normas de beleza e suas imposições.

da matéria principal (LEMOS, 2012, p. 46-55), de mesmo título, há a estruturação similar a outras abordagens, iniciando-se com a apresentação do problema a ser discutido:

As mulheres de proporções ‘perfeitas’ estão em todas as revistas, anúncios, catálogos, comerciais de TV: 90 de busto, 60 de cintura, 90 de quadril, todas vestindo o desejadíssimo manequim 38. Elas não são nem tão magras quanto as modelos de passarela nem tão voluptuosas como as mulheres fruta. Elas são equilibradas. Elas são inatingíveis. Elas vivem saúde, o sorriso é branquíssimo, o bronzeado vive em dia, uma pele sem manchas, uma bunda durinha e curvas perfeitas. Elas são um sonho. Elas são o que você não é. Elas são, aliás, algo ainda pior: elas são o que você poderia ser. A mulher ideal. (LEMOS, 2012, p. 49)

A matéria estende a problemática para o setor publicitário, falando da avalanche de anúncios, com corpos retocados por programas de edição de imagem, “além de serem quase sempre pessoas brancas, cujo biótipo ‘*small*’ diz respeito praticamente a apenas 5% da população” (LEMOS, 2012, p. 49). Fica clara, mais uma vez, a tentativa de distanciamento em relação às demais revistas, como se “as mulheres de proporções ‘perfeitas’” e que não correspondem à maioria da população estivessem em todos os lugares, menos na publicação da Editora Trip – o que, como sabemos, nem sempre é verdade.

Entre as personagens apresentadas estavam aquelas que, após uma trajetória de descontentamento com o próprio corpo, seguiram em esforços pessoais até, finalmente, conquistarem a autoaceitação. Novamente é sugerido, portanto, que as personagens passaram por uma saga até chegar a um lugar em que se tornaram exemplos por se autoaceitarem.

Preta teria se tornado, desse modo, uma “espécie de ícone de mulher que briga para ser o que é” (LEMOS, 2012, p.50) e, à época, lançava uma coleção de roupas *plus size*.

“Moda maior” (TPM, ago., 2012, p. 55) que, pela diagramação, parece emendada à matéria “Eu não visto 38. E daí?”, também deu uma dimensão de como a imposição de medidas não se restringe ao setor midiático. Aprofundando aspectos previamente mencionados por Preta Gil, a matéria abordou como há poucas opções de roupas para quem veste acima do manequim 44 e como a falta de padronização dos tamanhos só prejudica ainda mais quem não se enquadra no padrão de magreza.

Entre os entrevistados estavam o estilista Dudu Bertholini, destacado como “entusiasta *plus size*”, defendendo que a moda deve ser democrática, com todo mundo podendo usar peças chamativas, estampadas, e Reinaldo Lourenço. Apresentado como um dos nomes mais importantes da moda brasileira, Reinaldo disse fazer roupas até o número 46 e dar opções nesse tamanho, mas com ressalvas: “não tenho nem condições comerciais de fazer todos os tamanhos. Então, depende do modelo. Se acho que o vestido é muito colante, decotado, que não vai ficar bem em uma mulher que usa 46, não faço” (TPM, ago., 2012, p. 55). Fica fácil perceber, então, que a manutenção de um caráter excludente daquelas que não se encaixam nos padrões ocorre por várias vias, determinando-se, inclusive, o que “vai ficar bem” a elas ou não. Por essa fala do entrevistado, notamos como as mulheres gordas são privadas até das decisões sobre o que deve, ou não, ficar bem em nelas mesmas – enquanto para as não-gordas, as opções são infinitas.

Enfim, o editorial daquele exemplar de *TPM* seria incisivo. Nele, Fernando Luna (2012, p. 10) criticou com ironia a falta de padronização dos tamanhos de roupas, falou como *plus size* é um eufemismo, por não representar tamanhos grandes de verdade, e criticou a irrerealidade do corpo ideal e o peso negativo da palavra gordo – embora, como lembrou, em referência à pesquisa do IBGE, à época, 48,5% da população brasileira estava acima do peso, totalizando 92 milhões de pessoas. O editor que destacou ainda os lucros da indústria do emagrecimento, recordou Naomi Wolf, apontando que a obsessão pela magreza da mulher é, na verdade, uma obsessão pela obediência da mulher. Além disso, Fernando Luna ressaltou que quem seguisse a ingestão de calorias proposta pela dieta que estava na moda à época

poderia se enquadrar no grupo de famintos segundo a ONU¹³⁹. O editorial assume claramente uma posição de enfrentamento quanto aos padrões o que, como se viu, foi mantido em abordagens no interior daquela edição.

Porém, justamente as duas celebridades elencadas na matéria principal de *TPM*, Gaby Amarantos e Preta Gil, conhecidas por estarem fora do peso ideal, transgredindo, desse modo, a norma social, no ano seguinte, em 2013, foram convidadas para participar do quadro “Medida Certa”, do programa de televisão “Fantástico”, da Rede Globo. O quadro era voltado para o emagrecimento de famosos, em prol da saúde e com o apoio de especialistas¹⁴⁰. Ainda que, após a participação no programa, as duas celebridades não tenham migrado para o *hall* de magras, o convite às duas não deixa de revelar uma pressão social e a dificuldade de admissão desses corpos admitidos desviantes nos espaços da mídia, e pode até, de certa forma, ter enfraquecido o caráter de autoaceitação inicialmente retratado por *TPM*. Na verdade, mesmo a concepção do “Medida Certa” acaba por reforçar a ideia de busca por uma medida que seria a correta, enquanto todas as outras seriam erradas, e reitera a ligação entre gordura e doença, partindo do princípio de que estar um pouco mais magro é estar um pouco mais saudável, enfim, como se a saúde estivesse restrita ao que diz a balança.

Essas pressuposições vão contra o que pareceu propor a edição de *TPM* que, naquela edição de 2012, previu a desvinculação entre magreza e saúde, trazendo, inclusive, uma entrevista com a especialista em distúrbios alimentares Susie Orbach e uma matéria com a então Miss Brasil *Plus Size*, Cléo Fernandes.

De qualquer maneira, precisamos pontuar que mesmo na matéria da revista impressa há um grande comedimento na visibilidade aos corpos com mais gordura. Em “Eu não visto 38. E daí?” (LEMOS, 2012, p. 46-55), entre as imagens, apenas o corpo de Gaby Amarantos, vestido por um maiô, e o de uma outra mulher poderiam ser

¹³⁹ De acordo com o editorial, para a ONU, quem ingere menos de 1.800 calorias por dia passa a se enquadrar oficialmente no grupo de famintos. Já a dieta da moda à época estipulava 1.200 calorias por dia (LUNA, 2012, p. 10).

¹⁴⁰ Vale ressaltar como o quesito saúde era apontado, no quadro, como justificativa primeira e única de todo um plano que passava por uma série de privações e esforços. Ao mesmo tempo, havia a medição contínua de partes específicas do corpo, uma série de regras de como agir e a exaltação à disciplina, que teriam como recompensa o corpo almejado, o que se nota, inclusive, pela divulgação minuciosa dos resultados. Assim, após três meses de programa, Gaby Amarantos perdeu 11,5 quilos e Preta Gil, 7,9.

classificados como gordos e, ainda assim, não muito gordos. Há fotos de outras duas mulheres que, embora tenham as chamadas “gordurinhas localizadas”, não são gordas. Vale acrescentar que, fora as imagens de Gaby, essas fotos que compõem a matéria¹⁴¹ foram cedidas do projeto “Apartamento 302”, do fotógrafo carioca Jorge Bispo que retratou, de maneira sensual, mulheres nuas, fora dos padrões midiáticos por não serem magérrimas e por estarem fora das medidas exaltadas de seios, quadris e etc. O projeto, revela, então, a ideia de destacar a beleza e a sensualidade desses corpos comuns, que escapam às normas estéticas.

Na verdade, o projeto, exaltado na revista, revela um movimento importante se pensarmos que a recorrência dos corpos magérrimos, submetidos a aparatos estéticos e a retoques de programas de computador, faz com que sejam naturalizados, causando um estranhamento diante dos corpos mais reais, que carregam flacidez, gordura, rugas e etc., e uma alienação em relação aos próprios contornos que não se enquadram naquelas medidas exaltadas. Porém, em *TPM*, a subversão a essa naturalização ocorre com uma limitação muito clara, já que as mulheres gordas aparecem pouco e as muito gordas ou obesas simplesmente não aparecem, mantendo-as em um lugar de “outras” e relegando a elas um caráter de estranheza, enquanto a normalidade da magreza é mantida. Tanto que mesmo o editorial de moda da edição destacaria uma modelo bem magra, o que é tão comum em revista. A postura de problematização às normas estéticas assumida desde o editorial, então, ocorre sob certas restrições, no quesito das imagens.

Ao mesmo tempo, se levarmos em conta apenas “Eu não visto 38. E daí?” (LEMONS, 2012, p. 46-55), a premissa da sensualidade perpassando exatamente todas as imagens da matéria faz com que se conserve o mesmo tom, evidenciado na mencionada reportagem de 2005 de *TPM*, de que quem ama o corpo, o expõe de maneira sensual. As poses reiteram isso, com as personagens tirando a calcinha, com a mão na cintura e vestindo só uma blusa aberta, ou completamente nuas. No caso de Gaby Amarantos, em uma das fotos ela aparece de costas, com o maiô deixando suas pernas de fora. A proposição de naturalidade e falta de retoques fica implícita, à medida que é possível ver a celulite nas pernas da cantora.

É como se a afirmação da naturalidade viesse, então, acompanhada por uma sensualidade obrigatória e a aceitação do corpo fosse necessariamente veiculada à máxima exposição dele. Vale lembrar

¹⁴¹ Portanto, à exceção de Gaby Amarantos, essas mulheres retratadas não são personagens da matéria em questão.

ainda que como as imagens da cantora não integram o projeto “Apartamento 302”, na prática, o corpo dela, o único negro – as quatro personagens expostas e que integram o projeto são brancas –, é o que aparece mais vestido com, no mínimo, todo o tronco coberto. Não estamos defendendo que também Gaby Amarantos devesse aparecer nua ou que nenhuma mulher devesse aparecer nua em revista; o que colocamos em xeque é o tipo de visibilidade conferida, a quem é conferida, e qual é o tipo de valoração transmitida nesse espaço delimitado, considerando que, em termos práticos, não há uma equivalência nessa forma de apresentação entre os corpos negros e brancos e entre os corpos magros e gordos.

Além disso, é de se questionar se a recorrência da abordagem da temática corporal, seja pelo viés de *Claudia* ou mesmo pela perspectiva de *TPM*, não tem endossado um olhar sobre o corpo feminino sempre a partir das diretrizes, elencadas por Rosalind Gill e Ana Sofia Elias (2014), de “falhas”, como celulite, estrias, rugas, e “batalhas”, envolvendo gordura, autoestima, distúrbios alimentares. Afinal, tanto uma via como a outra partem da insistência no que “há de errado” nos corpos da mulheres e no modo das mulheres verem o corpo, o que não deixa de naturalizar uma relação problemática com seus contornos, ao mesmo tempo em que se atribuem responsabilidades e cuidados a elas, nesses processos.

3.2 DISCUSSÕES SOB O EIXO DA ATIVIDADE: MATERNIDADE E SEXUALIDADE

3.2.1 A maternidade e Grazi Massafera em *Claudia*

Para Elizabeth Grosz (2000, p. 53), Descartes não inaugurou a separação entre mente e corpo – o que, segundo ela, havia sido feito bem anteriormente na filosofia grega, desde a época de Platão – mas ele foi precursor na separação entre alma e natureza. Ou seja, pela visão cartesiana, haveria a substância pensante, a mente, e a substância expandida, o corpo, e “apenas esta última poderia ser considerada parte da natureza governada por suas leis físicas e exigências ontológicas” (GROSZ, 2000, p. 53). Assim, Descartes¹⁴² foi, segundo ela, o

¹⁴² A autora explica que Descartes não apenas separou mente e corpo como duas substâncias distintas, como vinculou a oposição mente/corpo aos fundamentos do conhecimento, atestando tal superioridade hierárquica à mente em relação à natureza. E, “desde então, e até hoje, o sujeito, ou a consciência, é separado do mundo do corpo, dos objetos, das qualidades e pode refletir sobre

responsável por colocar a mente numa posição de superioridade hierárquica sobre e acima da natureza, incluindo a natureza do corpo.

Sob essa ótica, que se consolidou graças a uma determinada configuração de saber, fundamentaram-se outras hierarquizações. Como explicou Aníbal Quijano (2008, p. 203), sem essa objetificação do corpo como natureza e sua expulsão da esfera do espírito, a teorização “científica” de raça, que debatemos antes, não seria possível. Foi a perspectiva de Descartes, então, que permitiu que determinados grupos fossem considerados inferiores e irracionais, por essa dissociação que era feita do espírito. Com as mulheres sendo continuamente reduzidas aos seus contornos e às funções de seus corpos, as concepções cartesianas ajudaram a consolidar a posição feminina de inferioridade, no dualismo mulher-homem, do mesmo modo que consolidaram a inferioridade das pessoas negras que, supostamente, também estariam mais ligadas à natureza, como aferimos no primeiro capítulo – especialmente no tópico “A temática racial em revistas”.

Enfocando nas questões relacionadas às atribuições de gênero, Grosz (2000) sugere que há, então, uma ligação entre essa desvalorização social do corpo e a opressão das mulheres. A autora assinala que se vincula as mulheres muito mais intimamente aos corpos e restringem-se seus papéis sociais e econômicos a termos “(pseudo)biológicos”, enfim,

apoiando-se no essencialismo, no naturalismo e no biologismo, o pensamento misógino confina as mulheres às exigências biológicas da reprodução na suposição de que, dadas certas transformações biológicas, fisiológicas e endocrinológicas específicas, as mulheres são, de algum modo, mais biológicas, mais corporais e mais naturais do que os homens. (GROSZ, 2000, p. 68)

Na tentativa de desfazer essas valorações, convergindo para o que propuseram tanto Elizabeth Grosz (2000) como Judith Butler (2001; 2008), precisamos perceber o corpo, então, além dessas funções “naturais” atribuídas em revista, considerando-o também como produto social e cultural, ou ainda, como “um lugar de inscrições, produções ou

constituições sociais, políticas, culturais e geográficas” (GROSZ, 2000, p. 84). Nesse sentido, vale examinar questões referentes à maternidade.

Adrienne Rich (1986) complementa que o corpo feminino, com seu potencial para gerar uma nova vida, foi por séculos um campo de contradições: um espaço com poder e que, ao mesmo tempo, carregava uma vulnerabilidade; uma luminosidade que seria, igualmente, encarnação do mal – instrumento que levaria os homens à tentação e ao pecado. O corpo da mulher foi visto, desse modo, como palco de ambivalência, muitas das quais têm, inclusive, contribuído para desqualificar a mulher no ato coletivo de definir a cultura. Para Rich (1986), isso se dá de tal forma que o sistema patriarcal não sobreviveria sem ter, entre seus alicerces, a maternidade e a heterossexualidade, ambas com intrínsecas relações com aspectos corporais.

A autora defende a destruição da maternidade como instituição, libertando a criação e sustentação da vida como um trabalho livre. Mas, se emancipar a mulher e seu corpo de tudo o que a maternidade representa parecia distante na década de 1970, isso ainda parece exigir muitos esforços no século 21.

Ao tratar da era colonial, Mary del Priore (1993, p. 17) destacou que falas de confessores, teólogos, moralistas da sociedade colonial metropolitana foram o reflexo de um poder masculino, onipresente na sociedade ocidental, que tinha como objetivos, totalmente adequados aos fundamentos do império colonial português, “delimitar o papel das mulheres, normalizar seus corpos e almas, esvaziá-las de qualquer poder ameaçador, domesticá-las dentro da família”. A maternidade extrapola, portanto, questões biológicas, possuindo, ainda de acordo com a autora, conteúdo sociológico, antropológico e visível presença na mentalidade histórica, o que, como vemos, não foi completamente dissipado. Os alicerces das diretrizes ou melhor, “o arquétipo da santa-mãe” (PRIORE, 1993, p. 19) que vigora desde o fundamento da sociedade colonial cristã e submeteu a mulher à vida doméstica, consolidando o projeto colonial, assume novas formas.

Tânia Navarro Swain (2000, p. 50) complementa que o binômio sexo/gênero que se traduz de maneira implícita e natural em sexualidade reprodutiva e heterossexual conflui para a viabilização do poder patriarcal e do controle da sexualidade feminina, instalando a imagem da “verdadeira mulher”. A autora destaca que a maternidade foi apontada como saída para apagar o “pecado original”, denunciado nas passagens bíblicas, ou ainda a fraqueza física e moral, atrelada às mulheres nestas sociedades ocidentais em que o homem ocupa um lugar de supremacia. Para a estudiosa, a função materna desenha os contornos

e as funções sociais de um corpo sexuado e se delimita como necessidade, a tal ponto de ser algo a ser invejado, correspondendo ao lado luminoso da mulher, dever e alegria relacionados a dor e abnegação. Na verdade, é de se admitir que a maternidade se alia a outras determinações ou “ficções” e “mitos”, nos termos de Naomi Wolf (1992), tais como a estética corporal que, igualmente abarcando privações e esforços, estaria nesse caminho para uma aceitação social, talvez até como remissão da mulher por sua “natureza” decadente.

No século 21, destacamos aqui a figura de mãe assumida pela atriz Grazi Massafera. É possível dizer, em definitivo, que Grazi tem o padrão “capa de revista” deste século, afinal, de acordo com a matéria “Mundo de Sofia”, de *TPM* (MONTEIRO, 2012, p. 54), foram 286 capas de revista protagonizadas por ela até àquela época, em 2012.

Se isso pode dizer muito dos atuais padrões estéticos, de igual maneira as proposições de *Claudia* e *TPM* sobre Grazi Massafera em seu momento “mãe” podem evidenciar aspectos do que se entende por maternidade na sociedade brasileira contemporânea. Em um período de dois meses, as duas revistas destacaram a imagem da atriz com barriga de grávida em suas primeiras páginas. Enquanto *Claudia* considerou mais significativo trazer a personagem no mês de março, o “mês da mulher”, *TPM* destacou a ex-*BBB* no mês das mães, maio.

No caso de *Claudia*, quem assina “Uma mulher em construção” (GOLDENBERG, 2012, p. 92-97), uma entrevista com a atriz, não é uma jornalista da equipe, como costuma ocorrer, mas a antropóloga Mirian Goldenberg, respeitada por suas obras sobre questões de gênero e corpo. Se a opção parece ser uma tentativa de adotar uma proposta distinta, as primeiras linhas dão as pistas de que não se trata de um exemplar tão diferente assim no que se refere à abordagem.

Em uma caracterização de Grazi Massafera, há informações sobre onde nasceu, as profissões que teve, os títulos dos concursos de beleza que conquistou e, claro, suas medidas corporais: “sabe-se que ela tem 1,73 metro de altura e que costumava pesar 58 quilos antes da gravidez” (GOLDENBERG, 2012, p. 92). A revista parece justificar que a atriz agora pesa mais porque, e somente porque, está grávida.

O figurino de Grazi, nas imagens, reitera a ideia de luxo, porém sempre com o destaque à barriga. Enquanto na capa a modelo aparece com um vestido de renda mais justo, retratando suas formas, na matéria principal, um vestido dourado mais solto sugere movimento. As posturas da atriz nas três fotos da matéria principal dão a ideia de que ela estaria dançando, com poses em que ora Grazi puxa a saia do vestido para cima, com as pernas de lado, ora levanta os braços, ora segura

novamente o vestido com as pernas mais fechadas, sempre sorrindo. Poses que, aliás, junto com o título “Uma mulher em construção”, parecem remeter à transitoriedade e à liberação, do corpo e do estilo de vida.

Figura 57 - “Uma mulher em construção”, de *Claudia*.



Fonte: CLAUDIA, mar., 2012, p. 92-93.

Propostas similares, com fotos, figurino e título sugerindo movimento e liberdade, são comuns em matérias da revista. No entanto, destacamos aqui que o semblante sereno e alegre da personagem, aliado à toda essa composição e à barriga em destaque, não deixam de dar um tom de plenitude, a ser associado com a condição de grávida.

Segundo a matéria, se até então a vida da atriz parecia um “livro aberto”, agora é que sua “verdade” seria revelada por *Claudia*: “Grazi se mostra para a antropóloga Miriam Goldenberg”, promovendo uma verdadeira “sessão de análise” (GOLDENBERG, 2012, p. 92). É como se houvesse um esforço de desvendar o que estaria nas profundezas da existência da entrevistada, facilitando para as leitoras se aproximarem e ficarem parecidas com ela sob algum aspecto.

Embora Grazi critique, na matéria, como na mídia sempre querem reforçar coisas superficiais e que vendem, como o creme que ela usa para dormir, ou a história de como ela venceu na vida, a revista não deixa de sinalizar justamente enfoque similar a este último aspecto, apontando que a paranaense filha de costureira trabalhou como babá, manicure e balconista de uma loja de cosméticos até se tornar reconhecida atriz, sucesso de inúmeras campanhas publicitárias.

As perguntas, de onde tirava a força para se superar, o que herdou, como pessoa, da mãe e etc. não deixam de manter um ideal de receita, ainda que com foco na personalidade da atriz. Afinal, apesar de precisar de pequenos ajustes, como aprender a dizer “não”, a impressão

que se tem ao ler a entrevista é que Grazi é um exemplo em muitos sentidos, sendo caracterizada como uma “mulher reflexiva, estudiosa, observadora, que procura se superar profissional e emocionalmente”; Grazi não é “a cinderela que se casou com um príncipe encantado por um golpe de sorte” (GOLDENBERG, 2012, p. 92).

Por outro lado, parece uma cinderela que se casou com um príncipe graças ao próprio esforço – reiterando-se os ideais de meritocracia. A atriz afirma: “Por um bom tempo, eu mesma acreditei, como todo mundo, que tive muita sorte. Mas hoje eu acho que sorte é uma mistura de preparo, obstinação, desejo e foco”, embora também acredite que sorte ajuda (GOLDENBERG, 2012, p. 96). A questão do mérito é ressaltada pelo destaque à origem humilde, de modo que a atriz aprendeu ainda criança, com a mãe, o trabalho de costureira. São suas qualidades como pessoa, então, e a “paixão por superação” que a diferenciam.

Desse modo, é como se fatores como a aparência de Grazi e o fato dela corresponder a ideais publicitários não tivessem sido determinantes para que ela se tornasse uma estrela da televisão, tanto que a atriz chega a afirmar que não gosta de ser chamada de bonita, para não ficar ligada a algo tão “passageiro” e por querer se apegar a outros atributos. Por outro lado, ela, que queria ter o acelerado metabolismo masculino, sugere que teria uma genética que permitiu que fosse sempre magra, pois, antes de conhecer o então marido, o ator Cauã Reymond, sempre foi da “*junk food*”. Ora, é inegável que o corpo de Grazi se enquadra em um padrão que não é tão acessível assim.

Entre os quesitos que invejava nas outras mulheres, estaria a pele morena. Segundo a atriz, sua pele seria manchada de sol e ela gostaria de ter uma “pele mais resistente” (GOLDENBERG, 2012, p. 96). Observamos aqui que, ainda que em tom elogioso, a atriz marca a diferenciação, ao mesmo tempo em que indica que a pele não faria diferença no seu grau de sucesso, o que não deixa de ser um apagamento das discriminações latentes no país.

Entre outras questões que já teria invejado estaria a maternidade, pois, sempre achou lindo o “barrigão de mulher grávida” (GOLDENBERG, 2012, p. 95), de modo que, à época, ficava contemplando a própria barriga. Grazi Massafera invejava também “as mulheres que fazem tudo ao mesmo tempo e conseguem dar conta” (GOLDENBERG, 2012, p. 95), evidenciando as atribuições relegadas às mulheres. Somando-se a isso, a relação de cinco anos com o então marido, o ator Cauã Reymond, foi apontada como motivo de orgulho, pelo modo como os dois se “equilibravam” emocionalmente e em ações

do cotidiano – foi ele, por exemplo, quem ajudou para que ela apostasse em uma alimentação mais natural.

Enfim, o que observamos na matéria, a partir das considerações sobre Grazi Massafera e das afirmações que foram destacadas pela revista, é o reforço da maternidade e do relacionamento heterossexual como chaves para a felicidade, sendo que o ideal de “santa-mãe” foi apontado, inclusive, como um referencial de beleza, com suas curvas como a exceção permitida do padrão longilíneo. Enfoques similares, com abordagens de maternidade, relacionamento amoroso heterossexual, bem-estar pessoal, sucesso na carreira profissional e cuidado com o corpo foram constantemente repetidos em reportagens de *Claudia* sobre celebridades, variando apenas quanto à dosagem.

Assim, em “O momento cor de rosa da menina de ouro” (ANTUNES, 2007, p. 148-151), a revista da Editora Abril salientou como a atriz Flávia Alessandra estava ansiosa para engravidar novamente e como é uma mãe dedicada, tendo dado uma pausa na carreira quando se separou do primeiro marido para cuidar de si mesma e da filha pequena. É pontuado ainda como é uma atriz de sucesso e “pilota as finanças com determinação”, além de se exaltar o relacionamento com o apresentador Otaviano Costa. Somando-se a isso, destaca-se que Flávia devorou sozinha uma barra de chocolates durante a entrevista e dois pratos de feijão com arroz e linguiça durante a sessão de fotos, “com direito a pudim de sobremesa”, o que é de “matar de inveja quem se esfolia na academia para manter a linha”, afinal, a atriz é “dona de um corpaço” – exibido à época, na revista *Playboy* (ANTUNES, 2007, p. 150). O apetite é sinalizado como algo que requer esforços para ser contido, sendo permitido a essas poucas mulheres que têm “corpaço”. Resumindo, ao mesmo tempo em que são modelos para recomendações do que fazer em relação a cuidados com o corpo, alimentação e exercícios físicos, as celebridades são apontadas como seres quase celestiais, exemplos de determinação e esforço e donas de genética invejável.

Soma-se a isso o fato de que, enquanto a temática alimentar figura entre as preocupações recorrentes nas revistas, a ser documentada inclusive nos momentos de entrevista das personalidades, isso igualmente ocorre quanto às questões de casamento – heterossexual – e de maternidade.

3.2.2 A maternidade e Grazi Massafera em *TPM*

Se as revistas femininas surgiram permeadas pela ideia de compartilhamento de angústias relacionadas à vida das mulheres como um grupo que era demarcadamente colocado à margem socialmente, também os filhos, de acordo com Mary del Priore (1993), foram admitidos como um meio para resistir à solidão e à dor. Concordando com essas premissas, em suas análises das revistas *Veja* e *Caras* da década de 1990, Fabiana Marcello (2005) relatou a constante associação na mídia entre mulher e mãe e o modo como a maternidade era colocada repetidamente como via para aplacar a solidão.

O fato é que se trata de uma “graça” constantemente incentivada por figuras como a de Grazi Massafera que, dois meses depois de aparecer na capa de *Claudia*, estampou a edição do mês de maio de 2012 de *TPM*, com a chamada: “Grazi Gravídissima. A estreia no cinema, a vida com Cauã, a chegada da primeira filha. ‘É um medo gostoso, misturado com ansiedade e amor’”.

A primeira página trouxe ainda uma tarja preta: “Manifesto *TPM*. Você é livre? Mesmo?”, sinalizando uma manifestação em prol da liberdade em relação às imposições sociais. O editorial, assinado por Fernando Luna (2012, p. 8), seguiu na pergunta “Você é livre?”. O jornalista afirmou que, se alguém acredita que vai encontrar em uma revista, qualquer revista, a fórmula para “ficar jovem para sempre; botar silicone sem risco; barriga zerada com aula de oito minutos; ser linda, poderosa e feliz aos 20, 30 e 40 anos” e etc. e etc., ou seja, “se alguém acredita mesmo que tudo isso seja possível ou ao menos razoável, não precisa de uma revista. Precisa de ajuda profissional. Urgente”. Para ele, essas fórmulas são propagandas enganosas. E pontua:

Se você está aqui (ótimo, teria sido estranho falar sozinho até agora), é porque quer ficar longe dessa conversa de comadres. Prefere ser tratada como mulher, não como mulherzinha. E você não está sozinha. Só de *TPM* são 49 mil exemplares impressos, mais 40 mil seguidores no *Twitter*, 18 mil no *Facebook* e 230 mil visitantes no site. (LUNA, 2012, p. 8)

Segundo ele, é essa “turma” que quer autonomia para decidir o que fazer com o seu corpo, que não se conforma em ganhar menos que homem na mesma função e que “ainda estranha tanta mulher meio pelada fazendo o papel de cenário em programas de TV”. Sob essas

premissas, Fernando apresenta o “Manifesto *TPM*”, contra “clichês femininos e velhos estereótipos” e contra qualquer tentativa de enquadrar a mulher em um padrão porque “liberdade é ser a mulher que você quer ser” (LUNA, 2012, p. 8).

Novamente, então, a revista parte de sua diferenciação em relação aos demais canais midiáticos para se delimitar como defensora da liberdade de escolha das mulheres. Contudo, como é possível notar, isso não ocorre sem uma comparação entre essas mulheres a quem fala *TPM* e as leitoras das demais revistas, ou seja, as “mulherzinhas”. Há, então, uma preocupação quanto à feminilidade, mas se trata de uma feminilidade que se diz contrária àquela proposta pelas revistas tradicionais, de estereótipos. Além disso, propõe-se uma depreciação da “mulherzinha”, da “conversa de comadres” e que se conforma diante das desigualdades salariais. Porém, em igual medida, ao justamente menosprezar a “mulherzinha”, *TPM* não acaba por desdenhar parte da categoria “mulheres”? Dizer que a “mulherzinha” precisa “de ajuda profissional”, diferentemente daquelas a quem fala, não seria igualmente impositivo? Adotar como regra não ter fórmulas não é, afinal, também uma norma?

De qualquer modo, emendado ao editorial, a revista destacou com bom-humor, por meio de quadrinhos lembrando cartazes, as propostas de questionamento aos clichês, que integraram esse manifesto e que foram abordadas em edições seguintes. Entre elas estariam “10 truques para arranjar namorado? Mas tá bom solteira...”, “Não sei cozinhar. Mas peço *delivery* como ninguém...” ou ainda “Eu não visto 38. E daí?” (*TPM*, maio, 2012, p. 9).

O intuito daquele exemplar de maio de 2012 era problematizar a máxima “Toda mulher sonha em ter filhos. Hein?!?”. O primeiro texto relacionado ao tema foi “O mundo de Sofia” (MONTEIRO, 2012, p. 50-57), com Grazi Massafera. Se a barriga grávida já tinha aparecido na capa da publicação, isso se manteve nas imagens do interior da revista. No total, foram cinco fotos com Grazi, em sete páginas de matéria, em uma clara supremacia das imagens na reportagem. Em todas, a atriz aparece sorrindo e o foco do olhar são os contornos do seu corpo grávido de oito meses, o que é potencializado pelo pouco figurino. A atriz veste apenas biquíni e uma camisa aberta, ou biquíni e uma calça rasgada e, em um momento, está de perfil, nua. Assim como em *Claudia*, três imagens sugerem movimento e liberdade, com a atriz mexendo no cabelo ou jogando os fios para frente, ou ainda segurando a barriga; enquanto o olhar voltado para a leitora em quase todas as situações reitera o caráter de aproximação com o público.

Figura 58 - Imagem da matéria “O mundo de Sofia”, de *TPM*.



Fonte: *TPM*, maio, 2012, p. 57.

Notamos uma exposição da figura de Grazi que, com um sorriso frequente e em posições de movimento, remete aos ideais de graça e plenitude associados à maternidade e que já haviam sido explorados naquela mencionada edição de *Claudia*. Ao mesmo tempo, portanto, em que o corpo das mulheres, em revistas, vem sendo submetido a coerções frequentes relacionadas à magreza, as formas circulares que remetem à maternidade não apenas persistem como seguem como ideal estético a ser amplamente contemplado nas páginas, do mesmo modo que ser mãe segue como ideal de vida a ser buscado. Assim, “O mundo de Sofia” destaca que Grazi “encarna o papel de dona de casa na vida real e prepara o ninho para a chegada da filha, Sofia” (MONTEIRO, 2012, p. 50).

Embora a matéria mencione a dedicação da atriz para gravar seu primeiro filme, o foco é a gravidez. O texto inicia destacando como Grazi pediu para roubar o pão de queijo que a jornalista tinha pedido na cafeteria, local do encontro das duas, e segue com colocações como “na reta final, só pensa em comer” e “enquanto devorava cada migalha sobre a mesa” (MONTEIRO, 2012, p. 54). Mais para frente, ainda seria lembrado que ela “devorou o pão de queijo” e seria enumerado o que ela disse enquanto engolia “o último gole de suco” (MONTEIRO, 2012, p. 56). A insistência em falar da comida e a referência ao verbo “devorar” indica uma espécie de permissão temporária que as mulheres teriam, durante o período de gravidez, para exagerar nas calorias, ao mesmo tempo em que se sugere um ímpeto quase instintivo nesse ato de alimentar a rebenta.

Vale lembrar aqui Susan Bordo (2000), para quem a construção ideológica da feminilidade típica está baseada em termos perturbadoramente concretos e hiperbólicos, com representações exageradas, extremamente literais, às vezes praticamente caricaturadas da mística feminina corrente. Isso ajuda não só na diferenciação muito delimitada como um grupo “outro”, em relação ao hegemônico masculino, como até marca o distanciamento das mulheres em relação ao equilíbrio e à razão. Dessa forma, Grazi encarna o papel de mãe e, nesse processo, concentra exageros, inclusive no quesito alimentar, tendo em vista ainda de que se trata da nutrição de sua filha e não de si mesma.

Na economia emocional voltada para os outros de que falava Bordo (2000), depois de ter cumprido o dever na atuação de seu primeiro filme, “a mãe de Sofia virou dona de casa. Em tempo integral” (MONTEIRO, 2012, p. 55) – como vemos, Grazi aqui até perde o nome, virando “mãe de Sofia”. Assim, como nunca tinha acontecido até então, a atriz coordena a obra de casa, faz aula de culinária, aprende o que é bom para ela, o bebê e o marido, adotando hábitos mais saudáveis, como trocar o açúcar branco pelo demerara. “O Cauã está no céu”, destacou a atriz, em referência ao então marido (MONTEIRO, 2012, p. 55).

É como se, não importasse o seu sucesso, agora é que a atriz estivesse de fato interpretando o papel a que foi destinada: o de ser mãe. Tanto que, apesar de ter uma trajetória profissional consolidada, é a ocupação das tarefas domésticas que levava o marido “ao céu”. Não pretendemos questionar a veracidade do que foi exposto pela entrevistada e menos ainda descreditar suas escolhas de vida pessoal. A intenção, no entanto, é evidenciar como o enfoque constante das revistas conflui para os mesmos ideais antigos relacionados às mulheres e como há uma exaltação aos papéis mais tradicionais mesmo diante das novas ocupações e posturas assumidas pelas mulheres no século 21.

Na matéria, destaca-se, então, que a melhor amiga da atriz “nunca viu mulher com tamanha vocação para ser mãe” e o irmão nunca a viu “tão plena, tão em paz” (MONTEIRO, 2012, p. 56). A revista segue destacando que “protegida pelo planeta maternidade, Grazi é que proporciona tranquilidade ao marido”, ao consolá-lo por ele passar os primeiros seis meses de vida da filha gravando uma novela: “Todo mundo trabalha. Tem pai que nem vê a filha. Você vai chegar em casa e vai ser o melhor momento do seu dia. Vai dar banho, colocá-la para dormir... Não existe ideal, relaxa” (MONTEIRO, 2012, p. 56).

Por esse seu papel de mãe, a atriz inclusive estava disposta a abrir mão de uma proposta de trabalho e, segundo a matéria, a “Grazi que

devorou o meu pão de queijo e falou da filha que nem nasceu ainda por quase duas horas não deve largar o osso, mesmo tendo a mãe para cuidar de Sofia”. Resumindo, Grazi, grávida, estava “tranquila e perdidamente apaixonada” (MONTEIRO, 2012, p. 56).

Outra matéria da edição de *TPM* mudou o tom dos posicionamentos, retomando a proposta de questionamento quanto à obrigatoriedade da maternidade, como havia sido mencionado no editorial. “Toda mulher sonha em ter filhos. Hein?!?” (ABDALLAH, Ariane; OBNISKI, Luciana; TPM, maio, 2012, p. 66-72) elencou cinco histórias de vida para mostrar que nenhuma escolha está livre de frustração.

Logo de início, salienta-se que a maternidade é admitida, socialmente, como única possibilidade da mulher se sentir completamente realizada. Uma psicanalista e uma psicóloga alertam, inclusive, como as novas alternativas da medicina para as mulheres engravidarem aumentaram o peso dessa obrigação e como a sociedade não facilita para as mulheres que pretendem ter filhos e continuar com a carreira. Assim, o atrelamento das mulheres a essa função de mãe não deixa de ser uma forma de limitação ao acesso a cargos e lugares privilegiados na sociedade. De acordo com a matéria, enquanto, por um lado, mantém-se como obrigação das mulheres ter e cuidar dos filhos, por outro, essa mesma maternidade tem sido a justificativa para os salários desiguais.

Seja como for, ao destacar afirmações de que a frustração feminina em relação à maternidade é causada “em parte pela sociedade” e que a liberdade para fazer as escolhas que quiser faz com que a mulher “acabe se perdendo” (ABDALLAH; OBNISKI, 2012, p. 67), a matéria introdutória não deixa de atribuir uma responsabilização às mulheres. Afinal, com essas colocações, é como se a mudança de postura e a autoaceitação em relação às suas escolhas nesse quesito bastassem para que as mulheres não sentissem as pressões sociais ou, no mínimo, para que essas pressões diminuíssem.

Mesmo assim, os depoimentos, em textos que integram a matéria, vão demonstrar o impacto dos imperativos sociais e o reforço contínuo da ligação entre mulher e maternidade nos discursos atuais, não importando quais sejam as opções seguidas por elas. Não deixam de revelar também como se referem a cobranças desiguais, que privilegiam as vontades masculinas.

A primeira personagem, Isabel Moreira, queria ter filhos, mas abriu mão do desejo, inicialmente, porque o então marido não queria. Depois, mesmo se separando, entendeu que não precisava mesmo de

filhos e, desde então, enfrenta o julgamento dos outros: “É como se eu não valesse nada porque não tenho filho. Não sei o que é amor, não sei o que é cuidar de outra pessoa, me doar... E, ao mesmo tempo, acham que minha vida é perfeita, que não tenho problemas”, destaca a entrevistada no texto intitulado “Hoje, nunca mais” (ABDALLAH; OBNISKI, 2012, p. 68). O depoimento endossa o que Márcia Tavares (2011, p. 97) expôs em pesquisa, pontuando que ter outras prioridades que não a maternidade pode sugerir egoísmo, uma espécie de culto narcísico ou ainda uma “ausência de vida afetiva”, o que é reprimido socialmente.

Como acrescenta a estudiosa Françoise Héritier (2004, p. 19), quando há o adiamento ou o abandono da formação de uma descendência, a sociedade delimita aquela feminilidade como hostil, que recusa crianças. A mulher que não tem filhos e a mulher solteira parecem partilhar dessa “feminilidade suspeita” de quem nega exercer os ideais de amor e doação que lhes foram atribuídos como mulheres, e mães e esposas em potencial. Em um nível mais profundo, essas figuras, na verdade, se esquivam das tarefas que a sociedade de hegemonia masculina lhes credita, ou seja, tarefas de matrimônio, de educação da prole e de cuidados domésticos. São, nesse sentido, figuras de resistência em um sistema com remanescentes privilégios masculinos.

Enfim, em “O Mundo não acabou” (ABDALLAH; OBNISKI, 2012, p. 69), a segunda personagem destacada, Lucia Farias, conta que engravidou sem planejar e teve a filha por medo dos riscos do aborto. Por outro lado, “ela também descobriu que o marido é um paizão que divide as tarefas desde que a mulher começou a trabalhar”. A improbabilidade de uma construção assim para se referir à mãe sugere como os cuidados domésticos e com a prole ainda são primeiramente atribuídos às mulheres, ao mesmo tempo em que a separação entre tarefas e trabalho – como se cuidar da casa não fosse trabalhar – conflui para a depreciação das atividades relacionadas ao lar.

A terceira personagem em destaque, a única não-identificada, entregou o filho para adoção. Ela conta ter engravidado do namorado aos 22 anos enquanto aprendia o ofício de manicure, após ter recém se mudado para São Paulo. Sem o apoio do parceiro e sem estar preparada para ser mãe, ela entregou o filho para adoção por meio de uma agência ilegal. Ela lamenta o trauma, que não pode ser compartilhado, de ter de entregar o bebê e ainda de ter de mudar de emprego e de casa para ninguém perceber o que tinha acontecido. Destaca-se que, após sete anos de terapia, o episódio segue como o principal tema das sessões. Mesmo assim, a personagem apresentada sob o nome fictício de Alessandra, no texto “Mãe, eu?” (ABDALLAH; OBNISKI, 2012, p.

70), diz querer ser mãe: “Acredito que vou achar um homem para casar e formar uma família direito”.

Pelo depoimento, é possível notar como as exigências para gerar e cuidar de um filho recaem exclusivamente sobre os ombros femininos, refletindo em culpa quando as mulheres não conseguem cumprir esse papel por algum motivo e no desejo de futuramente fazer as coisas “direito”, correspondendo às expectativas sociais.

A quarta história apresentada é a de Ieda Cotrim, sob o título de “Três de uma vez” (ABDALLAH; OBNISKI, 2012, p. 71). Ela relata que quis ter um segundo filho mas acabou engravidando de trigêmeos. Enquanto o marido ficou responsável por tocar o negócio da família, ela passou dois anos trocando fraldas, amamentando as crianças, colocando-as para dormir. Apesar de o marido ter ficado fora dessa rotina, é ela quem apresenta uma porção de culpa: “Queria ter feito lição de casa com cada um, mas não dá quando se tem três de uma vez. Fiz o melhor que consegui”, pontua naquela página. Ela acrescenta, no entanto, que a experiência fez com que tirasse o foco dos pequenos problemas, como uma celulite no corpo, e aprendesse a “se aceitar” como é.

A última personagem em destaque é Bianca Rego que, sob o título “Família margarina?” (ABDALLAH; OBNISKI, 2012, p. 72) conta que sempre sonhou casar e ter filhos. Como ressalta, “ao contrário do que se queixam muitas mulheres, o pai da criança embarcou na gravidez desde o início”, a ponto de até interferir demais nas consultas médicas, por exemplo. Porém, a experiência não a transformou em uma mulher completamente feliz e satisfeita. Ela afirma que passou por “perrengues” nos cuidados da criança e declara: “Eu, que queria tanto um filho, tive com o homem que amo e mesmo assim passo momentos difíceis... Fico imaginando o que passam mulheres que não desejaram ou foram mães solteiras”.

De um modo geral, as falas expostas das entrevistadas indicam divisões entre papéis de pais e mães consolidadas por determinações sociais, mas também indicam julgamentos que estão internalizados, com as personagens atribuindo a si mesmas falhas e culpas.

Vale acrescentar ainda que é possível perceber um tom mais otimista nas trajetórias de vida de quem, afinal, teve filhos, em uma comparação com aquelas que não tiveram. Assim, no caso das duas que não foram mães, as frases finais, realçadas em caixa alta na revista são: “Não sou a pessoa mais feliz do mundo e nem com tempo sobrando só porque não tenho filho” (ABDALLAH; OBNISKI, 2012, p. 68) e “Não é fácil entender que seu filho, que cresceu na sua barriga, vai ser mais feliz com outras pessoas” (ABDALLAH; OBNISKI, 2012, p. 70).

Entre as demais, as frases explicitadas em caixa alta, na parte final de cada texto, são: “Ela também descobriu que o marido é um paizão” (ABDALLAH; OBNISKI, 2012, p. 69); “Hoje não me importo se engordo 2 quilos ou se vejo uma celulite. Meus filhos valem muito mais que isso, e aprendi a me aceitar como sou” (ABDALLAH; OBNISKI, 2012, p. 71); “Tem momentos que a criança só quer a mãe, quando está doente ou tem pesadelo, por exemplo, se o pai quiser participar, vai atrapalhar” (ABDALLAH; OBNISKI, 2012, p. 72).

Embora haja, então, uma tentativa de uniformização dos depoimentos, que passa inclusive pelas fotos, com todas – à exceção da entrevistada não-identificada – vestindo preto e sorrindo, em frente a uma parede branca com uma sombra de grávida, a impressão que temos ao ler os depoimentos é que quem optou por ter filhos teve, afinal, um desfecho mais alegre. Mesmo propondo que nenhuma escolha é garantia de felicidade, há uma certa carga negativa em relação àquelas que não têm filhos, endossada pela seleção de frases e de enfoque da revista.

Talvez as culpas e os julgamentos sociais internalizados pelas próprias personagens tenham confluído para esse tom mais negativo daquelas que não têm filhos. Porém, podemos supor que esses posicionamentos, sem discussões aprofundadas, mais operam para a perpetuação de obrigações e estereótipos do que para a sua desestabilização, aos olhos das leitoras.

Outro ponto a ser considerado é que as mães são justamente as que são casadas, e com homens. Não há depoimentos, na matéria de *TPM*, que alterem essa perspectiva de maternidade dentro de um casamento heterossexual. Apesar de, no editorial, Fernando Luna (2012, p. 8) ter atestado que “liberdade é ser a mulher que você quer ser”, são as mesmas vias, enfim, das instituições do casamento e da família nuclear, que acabam sendo reiteradas naquela edição.

3.2.3 A mãe “não-santa”

Se *TPM* procurou inicialmente se distanciar das proposições mais tradicionais de “mulherzinha”, ao tratar de maternidade, *Claudia* também apresentou esforços nesse sentido, com a matéria “Mãe é mãe. Mas não precisa ser santa” (CLAUDIA, maio, 2004, p. 130-133), que pontuou: “se você ainda acredita em sacrifícios incondicionais, é bom descer logo desse altar. Quem faz apenas o possível respira mais aliviada – e cria filhos mais felizes”. A revista, então, sinalizou a perda do caráter de santidade atribuído às mães.

Contudo, a edição teve como foco homenagear e, mais ainda, reverenciar as mães. No editorial, a diretora de redação Marcia Neder, além de mandar uma mensagem para a própria mãe e trazer um balanço da edição, chegou a atribuir o sucesso da carreira da modelo de capa, Isabeli Fontana, à maternidade recente, pois “a maternidade trouxe para ela uma beleza serena e segura, que faz ser hoje ainda mais requisitada pelas revistas e fotógrafos de todo o mundo” (NEDER, 2004, p. 8).

Retornando-se para “Mãe é mãe. Mas não precisa ser santa” (CLAUDIA, maio, 2004, p. 130-133), a ilustração principal sugere três figuras: uma mulher e um homem, de quem só se veem as pernas, e uma criança. As pernas finas da mulher branca, parcialmente cobertas por uma saia rosa, em um *look* complementado por sapato de salto alto, ocupam o centro da imagem. Essas pernas parecem caminhar no sentido de uma outra perna com calça e sapato sociais masculinos, em referência a um homem. No sentido oposto, uma menina pequena, branca e com cachos loiros, de vestido rosa e boca aberta, puxa a saia da mulher adulta. O enquadramento, que permite que só o rosto da criança seja visto, enquanto dos adultos há apenas as pernas e os pés, confere um destaque à atitude em relação à menina.

Figura 59 - “Mãe é mãe. Mas não precisa ser santa”, de *Claudia*.



Fonte: CLAUDIA, maio, 2004, p.130-131.

Ao mesmo tempo, na imagem, a falta de necessidade de “santidade” da mãe parece ser sugerida a partir da perspectiva de uma sexualidade ou, mais especificamente, de uma sexualidade a partir da perspectiva heterossexual, já que as pernas parecem caminhar no sentido do homem, como se a mãe estivesse, na situação, de costas para a filha. No conjunto título-imagem, a cobrança para que a mãe acuda a filha é contraposta à permissão de transgressão, ligada à sexualidade. Portanto, mais uma vez imperam os ideais de maternidade e relacionamento heterossexual, com concessões permitidas de uma em relação a outra –

mas nunca o abandono das duas. Nesse caso, se a mulher, como mãe, parece menos disponível para filha – e essa falta de disponibilidade é explicitada pelo enquadramento –, é porque ela está, por outro lado, disponível para o seu parceiro. Seja como for, parece que ela deve estar sempre voltada para um lado, para a filha, ou para o outro, no caso, o parceiro.

Ao pé da matéria, nas páginas seguintes, há um artigo assinado pela jornalista e escritora Déa Januzzi. No artigo, ela diz que não existe “fórmula mágica” para educar um filho e destaca que pratica a maternidade como um exercício de liberdade, prezando pela amizade com a prole. Ao mesmo tempo, reforça antigos pressupostos da função de mãe como redenção, dádiva e mesmo aproximação à santidade, concluindo que ser mãe “a redimiu, exorcizou seus fantasmas, descortinou a janela secreta de sua alma feminina, por onde entram os ventos curativos da maternidade” (JANUZZI, 2004, p. 133).

Enfim, embora a matéria principal não seja assinada¹⁴³, ela também é escrita na primeira pessoa, privilegiando o “nós”, o que reforça a ideia de compartilhamento de sentimentos de quem é mãe. Sinalizando que a falta de abdicação completa em prol dos filhos já foi vista como “anormalidade”, o texto propõe a fuga dos “sacrifícios incondicionais” e destaca a maternidade como dom e não instinto. Três mães são apresentadas, como entrevistadas: uma que conseguiu desempenhar “com certo talento e sem muito estresse a dupla jornada de trabalho” (a jornada profissional e de mãe), outra que teve uma crise depressiva e entregou os dois filhos para o pai, de quem estava separada, e uma última que conta com um “marido presente” para desempenhar todos os seus papéis (CLAUDIA, maio, 2004, p. 132-133).

Assim como na matéria de *TPM*, também aqui se aponta para a responsabilização da mulher, havendo recomendações para evitar frustrações. Desse modo, embora as mulheres assumam muitos papéis, precisam aceitar os próprios limites e “corrigir outro pequeno desvio comum em nosso caminho: a mania de achar que, instintivamente, sabemos cuidar melhor das crianças do que os homens” (CLAUDIA, maio, 2004, p. 133). Em *Claudia*, reitera-se que “nós mudamos e, graças às feministas, que chamaram o instinto materno de ‘enorme pilhéria’,

¹⁴³ Não há a assinatura de uma ou mais jornalistas, como costuma ocorrer na revista. Mas, no canto da página há, em letras pequenas, dados de uma equipe, que envolve realização de Noris Martinelli, produção Sylvia Radovan e cabelo e maquiagem Fábio Nogueira, *We Angel* – provavelmente se referindo à mencionada foto produzida para ilustrar a matéria.

pudemos respirar mais aliviadas, reconhecendo que o amor de mãe é apenas um sentimento humano e, como todo sentimento, incerto, frágil e imperfeito”. E ainda: “foi assim que conseguimos virar a página e deixar de viver a maternidade como obrigação, sabendo que não há comportamento materno suficientemente unificado que permita falar de instinto ou atitude universal” (CLAUDIA, maio, 2004, p. 132).

Mas, com a afirmação de que “não é à toa que às vezes sucumbimos, odiando os filhos e a nós mesmas por não sermos um exemplo de benevolência [...]” e com declarações como a de uma das entrevistadas, sinalizando que “todas as mães vivem algum sentimento de culpa porque, embora tenham capacidade de se desdobrar, não conseguem evitar os conflitos com os filhos” (CLAUDIA, maio, 2004, p. 132), notamos que, no fim das contas, os discursos não escapam de normas, como da mãe que “se desdobra”.

Soma-se a isso o fato de que não há espaço em “Mãe é mãe. Mas não precisa ser santa.” (CLAUDIA, maio, 2004, p. 130-133), e em nenhuma outra matéria daquela edição de maio, para a abordagem daquelas que simplesmente não querem ser mães. O exemplar teria, no entanto, outras matérias com histórias felizes relacionadas à maternidade, sobre o amor e afeto entre mães e filhos, o relacionamento entre netas e avós e etc.

Estendendo o olhar para outras edições de *Claudia* do *corpus*, enquanto há chamadas de capa que propõem como educar os filhos, questionando o porquê das mães estarem perdendo a autoridade e criando “pequenos imperadores” (CLAUDIA, mar., 2006) ou como criar filhos que “não dão vexame” (CLAUDIA, mar., 2012), há uma única chamada que trata de mulheres que não são mães. “‘Eu nunca escolhi não ter filhos’. A infertilidade e a vida contemporânea” (CLAUDIA, abr., 2007) associa a falta de filhos a alguma incapacidade, seja ela física, psicológica e etc., ao negar que seria uma escolha. Mesmo com o título “Mãe é mãe. Mas não precisa ser santa” já era de se suspeitar que, nos discursos de revista, embora a santidade materna possa ser colocada em xeque, por um motivo ou por outro, a máxima de ser “mãe” e a lógica patriarcal que a envolve seguem firmes.

Joana Maria Pedro (2004, p. 30) complementa que, do mesmo modo que a fecundidade, a esterilidade pesa mais sobre as mulheres. Como expõe a autora, os métodos contraceptivos foram conhecidos em diferentes culturas e, inicialmente, ficaram a cargo dos homens, que decidiam se queriam ou não ter filhos. A historiadora explica que foi a partir do século 19 que os contraceptivos passaram a ser centrados no

corpo das mulheres¹⁴⁴. De acordo com o que afere Françoise Héritier (2004, p. 16), e como havia suspeitado Adrienne Rich (1986), embora a pílula anticoncepcional tenha representado uma indiscutível liberdade para as mulheres, os métodos contraceptivos são pesados e, cirúrgicos ou hormonais, acabam por ser irreversíveis ou apresentarem o constrangimento da obrigação do seu uso a longo prazo, além de efeitos secundários desagradáveis e mesmo nocivos.

Resumindo, o que observamos é que a possibilidade exclusiva às mulheres de fecundidade, em um contexto patriarcal, é revertida em uma série de imposições e culpas que não raro se apoiam justamente no que seriam diferenciais biológicos e atuam como marcadores sociais que as desprivilegiam socialmente. Na sociedade capitalista, a maternidade se dá também como sinal de limitação na lógica da produtividade, justificando, no caso, postos menos favorecidos e menos remunerados, como debateremos, inclusive, mais adiante. Delimitam-se, portanto, mecanismos de controle e desvalorização da mulher que se exercem especialmente por vias relacionadas ao corpo, não deixando de passar, obviamente, pela sexualidade, tópico a ser abordado em seguida.

3.2.4 Listas, lições e desempenho sexual

Sendo o corpo a localização mais próxima (RICH, 2002), o sexo desse corpo, já diria Maria Irene Ramalho (2001, p. 525), é o que de mais íntimo e privado ou o que de mais pessoal, particular podemos conceber. Assim, concordando com a investigadora portuguesa, nenhuma análise da globalização, ou ainda, como acrescentamos, da contemporaneidade, “poderá considerar-se completa sem uma atenção cuidada aos processos de construção e reprodução do sexo, da diferença sexual e da sexualidade” (RAMALHO, 2001, p. 525).

Segundo Tânia Swain (2004, p. 186), os discursos feministas, concordando nesse aspecto com o pensamento foucaultiano, seguem em tentativas de detectar mecanismos e estratégias da ordem do discurso hierárquico e assimétrico para melhor subvertê-lo. E, nessas tentativas, é preciso observar o corpo biológico constituído em história: “o corpo

¹⁴⁴ Ainda de acordo com Joana Maria Pedro (2004), naquele século surgiram métodos como o diafragma e, já no século 20, a tabelinha. Depois da década de 1950, despontaram os contraceptivos hormonais. No Brasil, a pílula anticoncepcional passou a ser comercializada sem entraves a partir do início da década de 1960.

sexuado, feito mulher, aparece como estratégia, objeto e alvo de um sistema de saber/poder” (SWAIN, 2004, p. 190).

Tânia Swain (2014) sustentou, posteriormente, que a fundamentação da diferença sexual entre homens e mulheres ocorre por três vias principais: o dispositivo¹⁴⁵ amoroso, o da sexualidade, e o da violência. Lembrando que se trata apenas de uma separação heurística, uma vez que todos estão imbricados na instituição patriarcal, a mencionada autora enumera o dispositivo amoroso como a rede social de convencimento das mulheres em relação aos papéis que lhes são atribuídos tradicionalmente, enquanto o dispositivo da sexualidade faz das mulheres um corpo sexuado. Já o dispositivo da violência atua materialmente com a ameaça, o estupro, o sequestro, o assassinato, o incesto, a pedofilia e toda forma de intimidação àquelas que ousam desafiar seu controle.

Nas revistas, é comum ver os dispositivos amoroso e de sexualidade atuando juntos na diferenciação sexual das mulheres, solidificando a imagem delas como responsáveis pelos laços familiares, pela educação dos filhos e pela manutenção do casamento. A frequência das temáticas indica a proposição do amor como fundamento identitário das mulheres, reiterando a ideia de que estariam prontas para se sacrificar e viver no esquecimento de si em prol do outro (SWAIN, 2014).

Vale lembrar, mais uma vez, que a ligação da mulher com o lado emocional como se estivesse naturalmente propensa ao casamento e à maternidade ganhou impulso com o modelo familiar burguês e colonial, prevendo o controle feminino. Claudia de Jesus Maia (2007) explica que esse sistema convenceu as mulheres a se tornarem esposas, com a promessa de amor conjugal, dos filhos e do direito de governar a casa.

Eliane Travassos (2015, p. 226) expõe que o matrimônio serviu ao homem, tendo como função conseguir aliados, ou ainda elevar a sua posição social pela “troca” das mulheres e garantir a herança para a sua descendência. Segundo a autora, o casamento sempre se aproximou à escravidão para a mulher, que era mandada para longe da família, para garantir a paz entre os homens ou carregar a função de “mãe dos filhos de alguém” a quem deveria obediência e fidelidade e para quem, ao assumir as tarefas menos valorizadas socialmente, facilitaria a vida pública (TRAVASSOS, 2015, p. 226). A autora ainda expõe: “que rapidamente seja disseminada a ideia de que o casamento é um desejo da

¹⁴⁵ Swain (2014) propõe o dispositivo como uma rede social, envolvendo diversos saberes e atuando na proposição de formas de controle.

mulher, de que é a mulher quem quer ‘prender’, ‘amarrar’, ‘laçar’ o homem é sinal de que esta estratégia acabou por funcionar até mesmo para além das expectativas iniciais” (TRAVASSOS, 2015, p. 226-227).

Paralelamente à consolidação do casamento como imprescindível ao estilo de vida burguês colonial, houve a depreciação da mulher solteira, que seria invejosa e frustrada¹⁴⁶. Afinal, as possibilidades de se libertar dos papéis de mãe e esposa, sinalizadas pelas solteiras, enfraqueciam a necessidade de conjugalidade e, para combater essa “ameaça” ao modelo tradicional, associou-se à solteirice a ideia de infelicidade, fracasso, insatisfação. Segundo Cláudia de Jesus Maia (2007, p. 55), em referência aos estudos de Ronaldo Vainfas, se no período colonial brasileiro a mulher solteira seria quase sinônimo de “meretriz”, embora sem a conotação profissional, a partir do século 19, o termo “solteirona” surge em vários discursos, incluindo no campo literário, sendo associado a uma mulher desprezível.

De acordo com Márcia Tavares (2011, p. 94) aquelas que se negavam às suas “inclinações naturais” do matrimônio e da maternidade, superestimando seu intelecto, orgulho, vaidade, celibato, eram internadas como loucas, em instituições psiquiátricas, para recuperarem o juízo. Ainda na década de 1960, aquelas que não haviam casado até os 25 anos eram motivo de zombaria ou dignas de pena, segundo também Carla Bassanezi (1997).

Enfim, em referência a Stuart Hall, Maria Irene Ramalho (2001) lembra que a encenação da identidade tem a ver com a linguagem e com o uso que dela faz quem a ela tem acesso privilegiado. Desse modo, quem mais contribui para a construção de identidades, seja a sua própria ou as alheias, propondo modelos mais ou menos aceitos, é, afinal, quem domina a língua e os discursos. Isso reitera a importância de olharmos para plataformas midiáticas que, como complementa Adrienne Rich (2010), têm fortalecido as instituições tradicionais de controle das mulheres, entre as quais estariam o matrimônio, a maternidade, a família nuclear, a exploração econômica, a heterossexualidade compulsória.

Rich (2010) afere que a heterossexualidade tem sido um meio que assegura o direito masculino ao acesso físico, econômico e emocional às mulheres. Para ela, a heterossexualidade pode não ser sequer uma preferência, mas uma imposição fundamentada em falácias. Entre elas

¹⁴⁶ Em sua tese sobre a invenção da “solteirona” entre 1890 e 1948, Cláudia de Jesus Maia (2007) debateu que, junto com esses modelos estanques de “casada” e “solteira”, surgiu o celibato, como uma forma de resistência tanto à instituição do casamento como às atribuições relacionadas às mulheres, na época.

estaria a ideia de que as mulheres precisam dos homens como seus protetores sociais e econômicos, para a sua sexualidade ou mesmo psicologicamente, e que a família constituída heterossexualmente seria a unidade social básica. Ou ainda, como falácia, estaria a ideia de que as mulheres que não estão ligadas aos homens estão condenadas a uma “devastadora marginalidade”, maior do que a de ser mulher, ou a de que a atração por outras mulheres se manifestaria em função de um ódio dos homens (RICH, 2010, p. 19).

Portanto, permanecer solteira ou fora de um relacionamento heterossexual segue como uma transgressão às normas, um enfrentamento às pressões sociais, como é sugerido, inclusive, quando olhamos para as duas revistas femininas impressas em questão. Assim, “Lições práticas de mulheres bem-amadas para conquistar e manter o homem certo” (RAMOS, 2009, p. 152-156), de *Claudia*, transmite a máxima de que é preciso ser “bem-amada”, o que passa por ter o “homem certo”, por quem se deve trabalhar para conquistar e manter. *Claudia* pretende ajudar nesse percurso, oferecendo lições “testadas e aprovadas!”. A linha de apoio explica que a ideia não é se adequar ao desejo masculino, mas ter “jogo de cintura” para construir a relação com o parceiro que vale a pena (RAMOS, 2009, p. 153).

Figura 60 - “Lições práticas de mulheres bem-amadas para conquistar e manter o homem certo”, de *Claudia*.



Fonte: CLAUDIA, set., 2009, p. 152-153.

A ilustração da matéria faz referência a um bolo de casamento, com os dois noivos, um homem e uma mulher, em estilo *biscuit*. Sobre o topo do bolo, a noiva segura uma vara de pescar, enganchada na parte de cima da calça do noivo que, “pescado”, tenta engatinhar para,

aparentemente, fugir. Em tom de bom-humor, então, permanece o estereótipo da mulher que quer arranjar um marido, “amarrar” um homem e ser, afinal, objeto de desejo. A ilustração da noiva “pescando” seu noivo em *Claudia* pode ser admitida também como uma tentativa de afastamento dessa figura da mulher solteira, aliando-se à idealização romântica de “homem certo”.

A matéria é dividida em vários pequenos depoimentos de mulheres comuns, com recomendações sob três eixos principais nos quesitos de conquista e permanência da relação: sedução; manutenção; e “mico”, ou seja, algo que seria digno de vergonha. Nem todas as entrevistadas se identificam, porém todas têm entre 26 e 42 anos, havendo um equilíbrio entre mulheres com e sem filhos. Apesar de o casamento não ser algo obrigatório nos discursos, os relacionamentos duradouros ainda aparecem como algo almejado, de modo que a sinalização do *status* de comprometida das entrevistadas, que estavam namorando ou casadas por determinado tempo, é o que parece conferir autorização para seus conselhos.

Entre “estratégias testadas e aprovadas!” para a felicidade no relacionamento, haveria inúmeras condutas a serem adotadas, segundo *Claudia*, passando por nunca deixar o marido chegar perto enquanto “você”, ou seja, a leitora, estiver se depilando ou pintando os cabelos, e ser segura, mas não muito – “só não abuse no poder ou perde a feminilidade” (RAMOS, 2009, p. 154).

Especificamente na categoria dos “micos”, as sugestões eram, por exemplo, “ciúmes e mãe, só em doses homeopáticas” e não perguntar demais ou “analisar a reação masculina sob a ótica feminina” (RAMOS, 2009, p. 154). São tantas as recomendações que chega a haver, inclusive, certa contradição, com depoimento indicando “deixe que ele demonstre mais interesse em conquistá-la do que o contrário” (RAMOS, 2009, p. 154) e “acha-o desejável? Então, demonstre. Homem inseguro fica chato, predisposto a encontrar alguém que o admire” (RAMOS, 2009, p. 156).

Somando-se a isso, se, por um lado, é evidente que há uma liberação maior para falar sobre sexo na publicação, em comparação com décadas anteriores, por outro, o sucesso nesse quesito parece estar prioritariamente sob responsabilidade feminina. Nos depoimentos, então, personagens anunciam “nós investimos nas fantasias, o que rende orgasmos e gargalhadas” (RAMOS, 2009, p. 153) e “faça surpresas. Já montei uma cesta com algemas, morangos, champanhe e espuma de banho. Posso dizer que a cidade tremeu!” (RAMOS, 2009, p. 156). Mas, se “na cama, nada de rotina”, é preciso também prestar atenção “no que

ele fala e ajudá-lo quando precisar” (RAMOS, 2009, p. 153), assim, recomenda-se ainda “conhecer bem seu homem”, afinal, nem todos adoram fantasias sexuais (RAMOS, 2009, p. 154).

Caberia às mulheres, então, zelar pela conquista e manutenção dos relacionamentos. Isso abarcaria, supostamente, estratégias que poderiam ser determinantes para segurar o homem, como usar um vestido decotado ou ainda “não parar a vida por ele: “eu avisei que viajaria para a França, a trabalho, e ele foi atrás com um anel de noivado” (RAMOS, 2009, p. 154). Os conselhos, aliás, naturalizam diferenças de gênero, reiterando a necessidade de docilidade e até recato, marcando a submissão feminina. Afirmar-se: “para se diferenciar, você tem que ser *a* mulher. Instigue-o. Não vá para a cama no primeiro encontro. Eu seduzi meu marido aos poucos [...]” (RAMOS, 2009, p. 153); “Deixe que ele demonstre mais interesse em conquistá-la do que o contrário. Quando conheci meu marido, não estava nem aí para ele porque ainda gostava do meu ex. Isso o instigou, ele insistiu. Esnobei tanto que acabei agarrando!” (RAMOS, 2009, p. 154) e “perceba o que não é dito. Por exemplo, ele não precisa falar que está nervoso ou que quer ficar só. Você pode notar isso e dar uma voltinha...” (RAMOS, 2009, p. 154).

Notamos, portanto, o tom de que, a qualquer deslize, o parceiro poderia “escapar”, como se ser mulher já implicasse ser alguém difícil de tolerar, em um relacionamento. Acrescenta-se a isso a proposta de “parar de ser neurótica, de brigar à toa” (RAMOS, 2009, p. 154) e “mesmo que esteja brava, nunca dê escândalo” (RAMOS, 2009, p.156). Há o destaque, dessa forma, a uma “tendência feminina” a brigas sem motivo e de grandes proporções, o que precisaria ser controlado, como se vê também abaixo:

Não tente mudar o que não é possível nem dispute para ver quem terá a última palavra. Orgulho demais envenena. Se ele, às vezes, é grosso comigo, não revido. Antes, eu explodia, mas me esforcei para domar meu gênio. Muitas brigas não têm motivo sério. (RAMOS, 2009, p.156)

Porém, nesse caso específico, é possível apontar, inclusive, para a naturalização e até a banalização de uma situação que pode ser de violência. Como destaca Cláudia Mayorga (2015b, p. 252), as violências são “legitimadas, justificadas, difundidas por complexos sistemas simbólicos e materializações diversas que impedem que se vejam suas

determinações históricas e contextuais”. Ou seja, as mulheres são culpabilizadas pelas violências que sofrem e, mais do que isso, tais violências são admitidas como elemento de controle na rede de relações sociais, com a subalternidade feminina sendo vista como necessária e decorrente de determinações biológicas (MAYORGA, 2015b).

No que se refere ao texto de *Claudia*, a leitora atribui a seu “gênio” as brigas sérias, o que requereria esforço para ser contido, supondo, ela mesma, que não era alguém fácil de lidar (RAMOS, 2009, p.156). A própria noção de “gênio”, como algo a ser domado, sugere uma selvageria atribuída para si, justificando sua posição inferiorizada no relacionamento e as grosserias recebidas. Além disso, a ideia de “não tentar mudar o que não é possível”, aliada a “se ele às vezes é grosso comigo, não revido” (RAMOS, 2009, p.156), sinaliza conformidade mesmo diante de um comportamento agressivo. Tendo em vista o alcance e a visibilidade de *Claudia*, desse modo, precisamos notar a periculosidade desse tipo de construção textual, que pode mascarar e tornar triviais episódios violentos no âmbito do relacionamento.

O risco de consumir esses discursos sem um olhar crítico é aumentado pelo tom de divertimento, mas também pela aproximação, nos discursos, da vida da leitora com contos de fadas e com uma tônica de romantismo.

Desse modo, “Sonhe alto!” (CAMPOS, 2011, p. 108-114) é dedicada, a princípio, a dar sugestões de bem-estar. Mas a matéria sinaliza que “sexo não tem idade” e diz que “a prática renova a disposição, coloca combustível na vida, aumenta a intimidade com seu amado” (CAMPOS, 2011, p. 114). A lista de recomendações foi complementada pelas dicas para cuidar da aparência, valendo-se de maquiagem e até cirurgia plástica, “recursos que estão cada vez mais modernos e acessíveis”, pois, segundo a revista, “o resultado será uma injeção na autoestima e, consequentemente, em seu poder de realização” (CAMPOS, 2011, p. 114). Na mesma página, a revista pontua: “a Cinderela era uma moça trabalhadeira, simpática e honesta, mas só conquistou o príncipe depois de trocar os farrapos por um belo vestido e sapatinhos de cristal”.

Figura 61 - “Sonhe alto!”, de *Claudia*.



Fonte: CLAUDIA, abr., 2011, p. 108-109.

Outras “ações para mobilizar a força interior”, naquela matéria, parecem ter passado por uma espécie de “filtro de feminilidade”, como notamos desde a imagem principal, com uma modelo sorridente, branca, simulando erguer um bastão de peso de academia que, na verdade, tem um buquê de flores em cada ponta. A imagem remete a um “modo feminino” de encarar a vida. É possível observar, inclusive, um constante enfoque no lado emocional, com recomendações como: exercitar a mente focando a atenção no que deseja para atrair boas sensações, não transferir “para seu chefe, um filho, o gerente do banco ou até um improvável príncipe encantado o poder de realizar seus sonhos” (CAMPOS, 2011, p. 110). Chama a atenção que, nessa construção textual do magazine, todos aqueles a quem as mulheres supostamente “transfeririam” poder para realizar seus sonhos são homens. É como se, no fim das contas, as mulheres estivessem privadas dos lugares hegemônicos socialmente porque, afinal, têm uma culpa nesse sentido, ao “permitir” que os homens tenham mais poder, a começar pela realização dos sonhos delas.

Enfim, dar uma de “bela adormecida”, não se privando do sono, e ter “jogo de cintura”, combatendo a gordura abdominal, estão entre outras dicas (CAMPOS, 2011, p. 113) – metáforas bem-humoradas, portanto, atenuam o caráter imperativo das recomendações.

Resumindo, fica evidente uma convergência de atribuições sobre as diversas áreas da vida, carregadas de um tom de otimismo e de pressupostos de um ideal romântico. Assim, há o direcionamento para o lado emocional, com a associação a contos de fadas, para os cuidados de beleza e, ao mesmo tempo, para os cuidados do outro, sugerindo, na matéria, que as mulheres precisariam, inclusive, aprender a dizer “não” e a delegar tarefas, no trabalho fora de casa e no âmbito doméstico – se a

distribuição de tarefas está desigual, portanto, é porque elas também não souberam delegar.

O destaque à preocupação feminina com o outro é manifestada mesmo nas matérias dedicadas exclusivamente às abordagens sobre o amor, em que se destaca a perspectiva do parceiro, sempre masculino. Em “A verdade sobre a mulher casada e o *sex toy*” (BONUMÁ; KUBRUSLY, 2009, p. 204-207), *Claudia* diz ter realizado uma pesquisa com 1.067 mulheres em seu site, de modo que 38,12% delas declararam usar *sex toys*. É importante ressaltar que o foco não é o uso de *sex toy* pela mulher, mas sim pela mulher casada. Com isso, é possível notar como a revista endossa o poder do marido, tirando o protagonismo feminino na busca pelo próprio prazer mesmo ao falar do aparelho que poderia indicar autonomia nesse quesito.

Os homens continuam ocupando o centro das problematizações, de maneira que o expressivo uso dos produtos relacionados a práticas sexuais é atribuído à sofisticação dos apelos de consumo erótico, mas também ao atual comportamento dos maridos, que estariam “mais receptivos às fantasias femininas”, com muitos adorando as “surpresinhas das parceiras” (BONUMÁ; KUBRUSLY, 2009, p. 204). Segundo a matéria, antes, alguns deles reprimiam esse uso, por achar que isso significaria um mau desempenho sexual. Mesmo assim, alguns depoimentos sinalizam que essa concepção ainda não se extinguiu por completo: “Se eu aparecesse com um pênis desses [de borracha] lá em casa, meu marido também não gostaria. Diria: ‘Você tem o original, para que uma réplica?’” (BONUMÁ; KUBRUSLY, 2009, p. 206). O fato é que a utilização do *sex toy* parece requerer um crivo especial dos maridos.

O que se supõe é que há, então, condutas a serem adotadas nos relacionamentos e que podem até se sobrepor ao prazer, desejo ou autonomia das mulheres. É o que se afere também a partir de “Você gosta mais dele do que ele de você?” (CLAUDIA, jun., 2008, p. 214-217), que integrou um especial “Vida a dois”, em edição do mês dos namorados de *Claudia*. No texto, o foco foi a insegurança feminina nos relacionamentos amorosos, fornecendo-se “dicas” para “equilibrar a relação”, com apoio dos depoimentos de psiquiatra e psicoterapeuta. Na ilustração principal, um coração, aparentemente escrito a batom, com os dizeres: “Silvia ama Marcio”, reitera a ligação entre mulheres e o lado emocional.

Mas em uma lista com “10 coisas para você parar de esperar do seu parceiro” notamos ainda mais a força dos estereótipos (CLAUDIA, jun., 2008, p. 217). Assim, nunca se deve esperar do parceiro: “um

convite para discutir a relação”; “prontidão para o sexo sempre que você quiser”; “solidariedade para ‘pitis’, TPM, menopausa e outras oscilações hormonais”; que “ele se pareça com o seu pai, com o Brad Pitt ou pelo menos com o marido maravilhoso da sua prima”; que “seja sensível como suas amigas” e se “responsabilize pela sua felicidade”. Também não se deve esperar “atenção e carinho em dias de decisão de campeonato”; que ele “adivinha o que você quer porque você acha chato ter que explicar o óbvio” e “nunca se esqueça das datas importantes, como seu aniversário e o aniversário da relação” ou “que ele mude” (CLAUDIA, jun., 2008, p. 217).

Bell hooks (2000, p. 101) pontua que o amor na cultura patriarcal está ligado a noções de possessão, paradigmas de dominação e submissão que, quando assumidos, exigem que, enquanto uma pessoa daria amor, a outra receberia. Por essas matérias, não é difícil perceber que a função de dar amor é relegada notadamente às mulheres.

Diante dessa diferenciação nos discursos, excluindo indivíduos fora desse campo binário, e do pressuposto da relação heterossexual ser tão consolidado, vale lembrar Maria Irene Ramalho (2000). Segundo a autora, não há razão para que as identidades sexuais, de homens e mulheres, continuem a se repetir de forma estanque e sem alterações em comparação àquelas que estão fixadas desde “tempos imemoriais” a não ser por um poder ou interesse social naturalizado. Nesse sentido, esses discursos que reiteram obrigações às mulheres e as confinam em posturas de passividade, ao mesmo tempo em que invisibilizam qualquer outra sexualidade que esteja fora do binômio masculino/feminino, reiteram, afinal, sistemas de poder. E, nesses sistemas, como tem sido claro, a existência lésbica é ignorada.

Richard Miskolci (2007, p. 111) resgata a reflexão de 1960 de Stanley Cohen sobre uma sensibilização social, ou seja, uma forte reação coletiva em relação a comportamentos admitidos como “desviantes”. Essa reação da mídia, da opinião pública e de agentes de controle social ocorre, segundo Miskolci (2007, p. 112), diante de certos rompimentos de padrões normativos que possam ameaçar posições, interesses, ideologias, valores ou ainda que coloquem em risco a ordem social ou “uma concepção idealizada de parte dela”, a saber, instituições históricas e variáveis, mas que detêm um *status* valorizado, a exemplo da família e do casamento. Na sociedade contemporânea, em alerta sobre a maior exposição a esses perigos que podem ameaçar a normalidade social, os gays estariam, portanto, no alvo do controle. Na verdade, como se vê pelas matérias, não apenas os gays, como inclusive

todos aqueles que não correspondem aos papéis delimitados pela família nuclear tradicional burguesa.

Seja como for, Miskolci (2007) pontua ainda que essa mencionada família nuclear, operando de acordo com as normas heterossexuais, sempre esteve mais próxima de uma ficção e de um ideal coletivo do que de uma realidade. E, se os desvios foram constantes, agora, as transformações históricas e sociais e as formas de resistência, evidenciadas pelos movimentos sociais, podem até abalá-la de maneira definitiva, o que passa pela desnaturalização de suas peças fundamentais.

Nessa desnaturalização, é preciso pensar na “*straight mind*”, algo como mentalidade heterossexual, de que falou Monique Wittig (2015, p. 399). Em texto escrito em 1980, a autora destacou que a heterossexualidade não ordena só os relacionamentos humanos, mas também uma ampla produção de conceitos e processos que escapam à consciência. Esses processos, segundo ela, são historicamente mais e mais imperativos no que ensinam sobre nós mesmos. De acordo com a estudiosa, na sociedade *straight mind*, aqueles que são socialmente dominantes oprimem o diferente/outro, ou seja, oprimem as mulheres e muitos grupos de homens. A função da diferença, então, segundo ela, é mascarar os conflitos de interesse. Constituir a diferença é um ato de poder e, nesse sentido, o próprio conceito de diferença não tem nada de ontológico, sendo apenas o modo como os dominantes interpretam, e reforçam, uma situação de dominação, ao mesmo tempo em que a pontuam como natural (WITTIG, 2015).

Portanto, é preciso produzir transformações políticas em conceitos-chave, abalar essas estruturas desiguais que seguem sendo constantemente reiteradas. A estudiosa lembra que “mulher” tem apenas um significado dentro dessa mentalidade e, sob essa perspectiva, as lésbicas não são mulheres. É possível creditar a invisibilidade das lésbicas nas revistas, então, a esses conceitos-chave da mentalidade heterossexual que requerem, afinal, subversão.

3.2.5 Práticas sexuais diferenciadas e “periguetes”

Em matérias sobre relacionamentos amorosos, *TPM* escapa de padrões conservadores, propondo autonomia feminina em relação à sexualidade e ainda uma sexualidade a ser exercida fora de relacionamentos monogâmicos ou duradouros, como veremos em mais detalhes. Porém, assim como em *Claudia*, a heterossexualidade persiste como princípio básico. Embora nem todas as personagens em destaque

exponham sua orientação sexual, aquelas que o fazem nas matérias de um modo geral são heterossexuais, o que contribui para a mencionada invisibilização das lésbicas ou mesmo bissexuais, transexuais, travestis, enfim, para todas aquelas que não se enquadram nas classificações binárias.

Uma exceção nesse quesito, que excede o escopo considerado neste trabalho¹⁴⁷ mas que já foi objeto de estudo de outras pesquisas é a “Coluna do Meio” de *TPM*, assinada por Milly Lacombe, jornalista assumidamente homossexual. Como expuseram Maria de Fátima Matos e Auxiliadora Lopes (2008, p. 66),

abordando a não publicização da orientação sexual como um dos fatores que perpetuam a intolerância e o preconceito, a resistência familiar em relação aos filhos gays e o direito à maternidade de um casal homossexual, esta coluna demonstrava indícios de um espaço onde a reflexão sobre a heterossexualidade compulsória e os tabus e os preconceitos que envolvem a homossexualidade, sobretudo a feminina, seria fecunda.

Embora a coluna tenha sofrido alterações em relação à sua proposta inicial e a homossexualidade tenha deixado de ser o foco principal, ela continuou sendo debatida. Mesmo assim, de acordo com o que abordou Bruna Rodrigues (2011), nessas colunas os textos por vezes caíram nas proposições de amor romântico, no enquadramento da relação em uma constituição familiar, nos relacionamentos duradouros, nem sempre se distanciando, portanto, das mencionadas abordagens de *Claudia*. Parece ser muito difícil, como notamos, manter-se como um canal efetivamente transgressor em relação ao modelo heteronormativo. De todo o modo, o veículo da Editora Trip concentra algumas iniciativas nesse sentido, como examinaremos.

¹⁴⁷ Optamos aqui pela seleção de matérias jornalísticas de cada edição que possam envolver colunas, entrevistas, reportagens mas também sejam capazes de retratar os principais assuntos do exemplar, tendo, portanto, chamadas de capa. Admitimos, como indicado na “Introdução”, que elas poderiam expressar mais claramente os posicionamentos oficiais do veículo. Com isso, excluímos abordagens aprofundadas das colunas periódicas que tendem a ser mais individualizadas, embora, como sabemos, não possam se distanciar muito da proposta editorial de cada título.

Se, no período analisado, a sexualidade e as relações amorosas foram abordadas quase mensalmente pelo veículo da Editora Abril, em *TPM*, esses temas foram mais esporádicos. Por outro lado, quando aparecem, ganham muito destaque. Além disso, o tom de problematização de convenções sociais, em aproximações de estilo com as retratadas matérias sobre estética corporal, ficou bem evidente.

Foi o caso de “Parir e gozar” (DANELON, maio, 2009, p. 42-45), por exemplo, que debateu as possibilidades de prazer na hora do parto. A capa daquela edição de *TPM* (maio, 2009) foi provocativa: “Por essa, nem a *Nova* esperava”, em referência à revista concorrente conhecida por abordar matérias de sexualidade. Trazendo informações sobre parto e depoimentos de mulheres que sentiram prazer durante esse processo, a matéria de *TPM* consegue colocar em xeque tanto a aura de “santidade” conferida às mulheres grávidas e às mães de um modo geral como a associação entre parto e sofrimento. A revista sai, portanto, da curva das abordagens de suas concorrentes mais tradicionais.

Entre as edições do *corpus* está “Casas de *swing*: o lado B” (STOPAZZOLLI, 2007, p. 32-37). No espaço, a repórter da revista conta, em primeira pessoa do singular, sua experiência ao visitar casas de *swing*, a “nova moda” que iria além dos karaokês paulistanos e dos bailes *funk* cariocas: “Lembro do trem-fantasma. Não vejo cadeira nem trilho e fico com medo de caminhar com minhas próprias pernas” (STOPAZZOLLI, 2007, p. 34).

Indo além de suas impressões, ao entrevistar um casal *swinger* e falar com pesquisadores do assunto, a repórter percebe que há regras também nesse universo. Ao mesmo tempo, com o apoio dos depoimentos dos especialistas, pontua-se que nas casas de *swing* há expressões “da forma conflituosa em que se vive a sociedade, o casamento e a própria identidade de gênero nos dias atuais” (STOPAZZOLLI, 2007, p. 36). Portanto, a revista evidencia um ambiente que parece, a princípio, libertário, sem deixar de questionar seus padrões e a própria influência do meio social naquele espaço. É inegável, então, o mérito tanto pelo debate de um assunto nada convencional como pela postura crítica e contextual.

Precisamos ressaltar, no entanto, que apenas corpos femininos são expostos, entre as imagens da matéria. São três grandes imagens – duas ocupando duas páginas cada e uma ocupando uma página inteira – que expõem uma personagem de frente, de *lingerie*, em um plano fechado; com os seios à mostra, em plano médio e sem se ver o rosto; e de costas, com uma mão aparentemente tocando em suas partes íntimas. Apesar de um jogo de luzes e sombras camuflar parte do corpo, fica

evidente que sensualidade e erotismo ficam a cargo, mais uma vez, do corpo feminino, e somente dele.

Figura 62 - “Casas de swing: o lado B”, de TPM.



Fonte: TPM, jul., 2007, p. 32-33.

Embora as casas de *swing* tenham homens e mulheres, os corpos masculinos não aparecem na revista. Essa escolha tão unilateral causa estranhamento quando consideramos o texto, que traz observações detalhadas, com a repórter chegando a relatar, por exemplo, que a *stripper* “tira o sobretudo, mostra tudo e o show acaba”, enquanto o *stripper* “tira o sobretudo, não mostra tudo e show não acaba”, porque mulheres sobem ao palco (STOPAZZOLLI, 2007, p. 36). O comentário sobre o “tudo”, mostrado ou não, revela uma postura atenta às diferenciações, mas esse questionamento em relação às convenções parece não ser transferido para o plano das imagens, que seguem sob o domínio exclusivo do feminino.

De qualquer modo, é evidente que há momentos, em *TPM*, voltados para desestabilizar padronizações e derrubar estereótipos e preconceitos. Chama a atenção, então, a matéria “Burra?” (LE MOS, 2009, p. 38-43), com a apresentadora Sabrina Sato. No currículo de Sabrina estava a atuação como participante do programa *Big Brother* e como dançarina do *Faustão* até aparecer em roupas provocantes e fazer sucesso como “gostosa lesada” ou “mulher bonita e meio burra” do Programa Pânico na TV, alavancando a audiência à época (LE MOS, 2009, p. 38).

“Motivos não faltam para que garotas metidas a inteligentes, como eu e muitas leitoras, achássemos que ela é uma idiota. Ou pior, que a moça era uma espécie de ameaça machista à sociedade. Só que não é nada disso” (LE MOS, 2009, p. 39). Vale destacar como o texto em primeira pessoa prevê uma aproximação com o público e um

compartilhamento de opinião, em um tom que chega a atenuar o tom negativo da atribuição, à repórter e às leitoras, de “metidas a inteligentes”.

O texto destaca que, no programa de televisão, Sabrina fazia diversas peripécias, como apostar corrida em cima de um avestruz, e tudo em “biquínis minúsculos”. Mas “a menina de olhos puxados faz com que a gente engula uma eventual vontade de criticá-la porque nos conquista com a simpatia” (LEMOS, 2009, p. 39). É possível perceber como ao mesmo tempo em que se convoca a leitora para uma identificação com o ponto de vista de quem escreve, estimula-se uma afinidade com Sabrina, inibindo as críticas que poderiam, eventualmente, surgir. Ao tratar da trajetória profissional da apresentadora que montou uma empresa com a irmã para agenciar também outros artistas, há ainda a conclusão: “perceberam que Sabrina não é burra?” (LEMOS, 2009, p. 43).

Figura 63 - “Burra?”, de TPM.



Fonte: TPM, out., 2009, p. 38-39.

As imagens da matéria carregam um caráter inusitado de modo que, além de fotos da vida da apresentadora, há um ensaio bem-humorado, com uma foto em que a celebridade aparece com uma boia infantil de pato, por exemplo. Se a cena é incomum nesse tipo de revista, o figurino de Sabrina Sato – uma saia curta e uma blusa bem decotada – chama a atenção para a sua sensualidade, ao mesmo tempo em que a expressão facial alegre parece repreender uma possível crítica em relação a ela, aproximando-a do público. Nesse sentido, parece haver uma intenção da revista em promover uma aceitação de Sabrina Sato, derrubando os preconceitos relacionados à ela.

Ora, como argumenta Márcia Tavares (2011, p. 101), é intensificada a vigilância social e familiar sobre a mulher que decide desafiar a ordem moral instituída, renunciando ao matrimônio e à

sexualidade no matrimônio, “pois se supõe que o clamor do sexo a transformará em ameaça para homens casados e esse controle sobre seu corpo impedirá que perca a virtude sexual e se torne uma concubina, prostituta ou mantenha relacionamentos fortuitos”.

Na matéria de *TPM*, notamos esses recursos que promovem uma aceitação da entrevistada e, portanto, do conteúdo da revista. Mas fica evidente que há também um movimento de desconstrução dessa máxima que vincula “mulher gostosa” e “burrice” e que deprecia as mulheres, especialmente as solteiras, que costumam expor o corpo.

Outra matéria que segue com proposta similar é “Gosto, não nego” (GONZÁLEZ, 2012). Apesar de extrapolar o *corpus*, a matéria daquela edição de *TPM*, que iria contra mais um clichê ao enunciar “Sim, mulher adora sexo”¹⁴⁸, pode ajudar a complementar o panorama sobre as abordagens de *TPM* quanto a relações amorosas e sexualidade. A matéria que, segundo a capa, teve a intenção de questionar por que mulheres sexualmente livres ainda causam polêmica, trouxe histórias de “periquetes”¹⁴⁹, e abordou os preconceitos quanto à promiscuidade. Com ilustrações de pernas femininas – brancas – e com uma foto de entrevistada em pose descontraída¹⁵⁰ entre as imagens, a matéria dá espaço para personagens anônimas e para celebridades, que falam dos preconceitos que enfrentam por terem tido vários parceiros.

É inegável que “Gosto, não nego” (GONZÁLEZ, 2012) traz poder de ação para as mulheres no quesito “sexo”, destacando, inclusive, personagens que tomam a iniciativa na busca por parceiros sexuais. Além disso, embora, infelizmente, o texto também não tenha

¹⁴⁸ Houve duas opções de capa para aquele exemplar temático. Em uma delas, a atriz Nanda Costa apareceu em médio plano, encarando o público, e, em outra, um fundo rosa, com um traço vertical preto remete à genitália feminina – aliás, remete a uma genitália rosada, ou seja, de mulher branca. As duas versões de capa compartilharam a chamada principal, atestando a afinidade entre mulher e sexo. Nesta análise, consideramos a matéria da edição impressa disponibilizada no site da revista (GONZÁLEZ, 2012).

¹⁴⁹ Apesar de significar, segundo o *Dicionário Aurélio* (FERREIRA, 2013), “moça ou mulher que, não tendo namorado, demonstra interesse por qualquer um”, o termo periquete não deixa de remeter a “perigo”. Também é comum encontrar a grafia “piriquete”.

¹⁵⁰ Na versão da matéria disponibilizada no site da revista, que foi usada como base para esta análise, entre as imagens, há apenas a foto de uma entrevistada branca, em pose descontraída, com as pernas abertas e mostrando a língua, além da ilustração de pernas femininas, também brancas – embora entre as personagens da matéria esteja a atriz negra Thalma de Freitas.

considerado relações homossexuais e, mais especificamente, as mulheres lésbicas, a revista, em certa medida, tira a obrigatoriedade de se ter um homem para alcançar o prazer, sexualmente – como vimos nas matérias elencadas até aqui –, destacando personagens que falam da importância da masturbação e chegam a recomendar o uso de vibradores, sem a companhia do parceiro.

Por outro lado, a revista procura o porquê de algumas mulheres terem esse perfil de “gostar de sexo” e de desejarem sair com vários parceiros, supondo, desse modo, que se trata de posturas, no mínimo, incomuns. “Explicação mesmo, só tem uma. ‘Eu sou assim’, diz Andrea Fonseca, que há dois anos terminou um casamento de nove e acumula, desde então, dezenas de casos” (GONZÁLEZ, 2012), enuncia a matéria, pontuando um questionamento sobre o comportamento da entrevistada. O veículo aponta ainda que a produtora “sai, vê filme abraçada no sofá e faz sexo – muito sexo” com diversos parceiros.

Notamos que a própria ordem de descrição sugere ações consideradas comuns para as mulheres, pela conhecida carga de romantismo de sair, ver filme abraçada no sofá, até que há uma atitude que se supõe inesperada: Andrea faz sexo, “muito sexo”. Ao destacar Andrea como um caso especial que merece ser destrinchado, mantém-se a personagem como diferenciada. Na dicotomia entre as mais “certinhas” e as “saidinhas”, permanece um tom de “anormalidade” a essas últimas, à medida que se procura uma espécie de razão ou origem para suas condutas.

A tônica de se buscar por uma justificativa é reforçada pela participação de especialistas, que falam de uma abertura inédita quanto à sexualidade feminina no Brasil nos últimos 50 anos, comprovada em índices como o maior envolvimento das mulheres com mais de um parceiro. A matéria destaca também as mudanças sociais e fatores como a eclosão das *sex shops* e dos canais de televisão de conteúdo erótico para mulheres – a análise de como seria essa pornografia voltada para o público feminino e quais as suas diferenciações rende pesquisas à parte.

De qualquer forma, a historiadora Mary Del Priore, cuja obra tem sido, inclusive, citada neste trabalho, em “Gosto, não nego” (GONZÁLEZ, 2012), sinaliza que “nos anos 50 se chamava de maçaneta, nos 70, de piranha e, hoje, é a periguetete”. Assim, ainda que não sejam mais alvo de exclusão social, como ocorria há algumas décadas e, principalmente, há alguns séculos, fala-se, na matéria, de uma certa indisposição social com o modo de vida de mulheres que têm vários parceiros, a tal ponto que elas chegam a ouvir que “vão morrer de Aids” e que “negam o seu papel de mulher” (GONZÁLEZ, 2012).

A modelo Isabeli Fontana, na matéria de *TPM*, enuncia: “porque sempre falo abertamente que o sexo é essencial na minha vida, as pessoas têm a cara de pau de dizer que sou uma mãe porra-louca”. Por estar cansada desses comentários maldosos, Isabeli afirma ter até se distanciado das redes sociais. Como se propõe, então, mesmo uma mulher jovem e respeitada profissionalmente acaba sofrendo com as imposições que a cercam, o que tem certo efeito sobre suas ações.

Menciona-se também, em *TPM*, pesquisas lideradas pela especialista Carmita Abdo no Projeto Sexualidade, do Instituto de Psiquiatria do Hospital das Clínicas de São Paulo, que apontaram para a grande preocupação em agradar o parceiro e para dificuldades em falar sobre os próprios desejos sexuais. Há, portanto, esforços para a contextualização e o debate em relação às condutas esperadas das mulheres e aos seus impactos.

Como é evidenciado, quando as atitudes femininas relacionadas ao sexo não seguem o que é aceito socialmente, ou recomendado pela mídia, toda a imagem da mulher é questionada, como se, ao “falhar” socialmente nessa área, toda a sua existência como mulher estivesse comprometida. Portanto, o “fracasso” em uma das vias ou “ficções” relacionadas às mulheres pode ser o suficiente para abalar toda a sua imagem diante da sociedade.

As proposições da mídia e suas recomendações quanto à sexualidade são problematizadas com ironia na coluna “Livre e poderosa”, assinada por Denise Gallo (2012) e que complementa a matéria. A coluna, em tom literário, fala de uma mulher que decidiu comprar uma revista que falava de “sexo como você nunca viu ou fez”, afinal, “uma revista que vende mais de 300 mil exemplares todos os meses deve saber alguma coisa” e a personagem “havia tempo não sabia nada sobre sexo inesquecível ou homens a seus pés, sobre autoestima elevada ou queixos caídos”.

A crítica às determinações de comportamento das concorrentes mais tradicionais de *TPM* fica evidente em aferições como “para isso que os especialistas da mídia estão aí: para democratizar o prazer obrigatório”. Assim, quando percebe a multiplicidade de regras propostas na tal revista comprada, que iam desde posições sexuais denominadas “cachorrinho sentado” e “preguicinha boa” ao uso de objetos cotidianos como elástico de cabelo, a personagem desiste de seguir o que leu. Ao fim da coluna, pontua-se, junto com um breve

currículo¹⁵¹, que a colunista Denise Gallo “jura que não inventou nenhuma das dicas acima, todas retiradas de revistas atuais”, ressaltando a abrangência das regras a serem seguidas e até o caráter absurdo das proposições.

Há, portanto, um claro intuito, por parte de *TPM*, de se diferenciar nessas abordagens. “Gosto, não nego” (GONZÁLEZ, 2012) se propõe, inclusive, a destacar depoimentos de cunho libertário, com personagens dizendo que “vão para a cama com alguns que não vão render mais do que sexo” e que aprenderam a “se curtir sozinhas”, a não se preocupar só com o que os homens pensam e a se libertar sexualmente, mesmo pertencendo a uma família tradicional, no caso de uma delas. E finaliza com as palavras da atriz Thalma de Freitas, “é legal estar bem consigo mesma para receber alguém dentro de você, e não transar por autoafirmação”, o que, de acordo com o que conclui o texto, é “a única regra de sexo que vale a pena ser repetida em revista” (GONZÁLEZ, 2012).

É interessante observar que as entrevistadas têm espaço não por seu desempenho como mães, como esposas ou pelo seu sucesso na manutenção do relacionamento duradouro, em atribuições tradicionais, mas por buscarem liberdade quanto à sexualidade. As leitoras podem, portanto, se identificar em algum momento com essas personagens, assumindo aquele estilo de vida, o que corrobora um caráter de subversão da matéria.

Porém, é necessário questionar se, em dados momentos, em “Gosto, não nego” (GONZÁLEZ, 2012) não houve uma mudança de enfoque em relação ao que foi proposto na capa daquela edição que dizia “Sim, mulher adora sexo” e questionava “Por que mulheres sexualmente livres ainda causam polêmica?” (TPM, set., 2012). Afinal, tentar responder por que uma entrevistada têm vários parceiros, ou destacar especialistas falando da mudança de comportamentos na sociedade, do impulso à sexualidade nos meios de comunicação às *sex shops*, pode sugerir que a publicação acaba mais por averiguar o motivo das mulheres estarem sexualmente livres do que por problematizar e criticar a razão dessas mulheres causarem tanta polêmica. Ora, como neta da mulher “maçaneta”, tão mal vista em décadas anteriores, a “periguete” parece não ter perdido sua aura de perigo por completo, portanto, do mesmo modo que a sexualidade feminina, de um modo

¹⁵¹ O breve currículo, ao fim da coluna, sinaliza que Denise Gallo é pesquisadora e estuda as representações da mulher na mídia.

geral, parece ainda requerer controle e disciplinarização contínua, ao menos nas páginas de revista.

3.3 DISCUSSÕES SOB O EIXO DA ATIVIDADE: TAREFAS DENTRO E FORA DO LAR

3.3.1 Afinidades “femininas” sob o crivo da ciência

Não é raro, como se vê, especialistas e cientistas enunciarem seus conselhos e posicionamentos nas revistas. Para Michel Foucault (2006), a modernidade pode ser marcada como o período em que se busca, todo o tempo, a verdade e o conhecimento de si e do mundo. De acordo com o autor, então, a era moderna se manifesta pela eclosão dos saberes pedagógicos, das bibliotecas, dos laboratórios, o que, no campo literário – e também midiático, como acrescentamos –, seria demonstrado pela influência do natural, do verossímil e da ciência.

A questão é que também essa configuração se dá de maneira a manter as mulheres na base da hierarquia social. Eulália Pérez Sedeño (1997, p. 23-24) fala na “retórica da ciência”, em que se lança mão de métodos científicos, firmados em uma pretensa objetividade, racionalidade e neutralidade para sinalizar como “naturais” diferenças sexuais, esvaziando o peso sociocultural dessas questões. A autora resgata tratados científicos de Aristóteles a Darwin, tão importantes na era moderna, que debateram como a natureza da mulher estaria ligada à imperfeição e à inferioridade. Mesmo a neurologia, a endocrinologia e a sócio-biologia atuais têm atribuído diferenças intelectuais e sociais a possíveis diferenças biológicas, em pareceres que mais se aproximam da mera manutenção de uma visão patriarcal e misógina do que de um “nexo lógico” (SEDEÑO, 1997, p. 38).

Ou seja, por meio de um aparato científico e metodológico admitido como neutro, justificam-se delimitações de homens e mulheres como se fossem naturais e biológicas, atribuindo uma carga negativa ao grupo feminino. Nas revistas, proposições do que é típico de um e de outro também ganham o apoio da ciência, conferindo um tom de credibilidade que pode inibir questionamentos.

Assim, na edição de dezembro de 2008, *TPM* questionou na capa: “Dá pra calar a boca? Celular, *MSN*, *Twitter*, *Orkut*: as mulheres não param de falar! Descubra por que ficar em silêncio é tão difícil para nós”, em referência à matéria principal daquela edição, “Silêncio!!!” (SGANZERLA, 2008, p. 38-43). Na matéria, a revista apresentou diversas pesquisas, sinalizando que as mulheres fazem mais ligações telefônicas por mês que os homens e são a maioria entre aqueles que

fazem as ligações mais duradouras, aqueles que mandam mais mensagens e aqueles que usam mais internet em casa, enfim, elas “falam infinitamente mais” (SGANZERLA, 2008, p. 42).

Figura 64 - “Silêncio!!!”, de TPM.



Fonte: TPM, dez., 2008, p. 42.

Para reiterar esses aspectos, foram entrevistadas seis mulheres muito conectadas, que deixam o celular ao pé da cama e gastam milhares de reais mensais com a conta telefônica. Dessas, quatro ilustram a matéria, com fotos com o dedo em riste, propondo silêncio – mais uma vez, todas as personagens são brancas. Um dos especialistas entrevistados atribui esse excesso de fala das mulheres ao fato de terem sido silenciadas nos espaços públicos por muito tempo, obrigando-as a investirem nas conversas nos espaços íntimos. Nessa abordagem sobre fatores sociais, há o destaque à tendência contemporânea de alta conectividade o dia inteiro.

As personagens reiteram como precisam estar conectadas: “é quase uma compulsão, tenho que tomar cuidado. Não gosto de deixar as coisas para depois, me tranquiliza saber que tenho todas as informações, 24 horas por dia, em um aparelho” (SGANZERLA, 2008, p. 42). A matéria parece, então, apontar muito mais no sentido de um comportamento compartilhado de conectividade na sociedade contemporânea do que de uma conduta típica das mulheres. Porém, são as especificações relacionadas a elas que são destacadas nos títulos e nos levantamentos, denunciando o enfoque nas diferenciações.

Em “O enigma da pirâmide” (KEDOUK, 2012, p. 112-115), de *Claudia*, esses direcionamentos ficarão ainda mais evidentes, como podemos aferir a partir da chamada de capa: “Bem-sucedidas e solitárias. Tem que ser assim mesmo?” (CLAUDIA, mar., 2012), em

referência àquela matéria. “O enigma da pirâmide” (KEDOUK, 2012, p. 112-115) apoia-se em índices de pesquisa do IBGE e em afirmações de especialistas no reforço à ideia de características supostamente masculinas *versus* características supostamente femininas, com a tese de que as mulheres bem-sucedidas encontram menos opções de homens “à altura delas”, o que faz com que sejam mais solitárias.

Figura 65 - “O enigma da pirâmide”, de *Claudia*.



Fonte: CLAUDIA, mar., 2012, p. 112-113.

A obrigatoriedade da heterossexualidade, nesse caso, é observada não apenas no texto, sempre aludindo a um companheiro, como também nas ilustrações, que mostram uma mulher, branca e loira, em traje social, sentada em um banco acima da altura das cabeças de vários homens em pé, de vários estilos, em vestuários e tipos físicos – ao menos entre os homens, há negros, embora sejam a minoria. Em outra ilustração, a mulher aparece em traje social sentada sobre um bolo de casamento.

Na matéria, há a afirmação da antropóloga Mirian Goldenberg de que “as garotas superpoderosas andam se estranhando com as princesas cor de rosa” (KEDOUK, 2012, p. 112). “Superpoderosas” e “princesas” seriam as duas facetas de mulheres com mais de 30 anos, alto nível de escolaridade e realização profissional que mantêm o ideal de “amar ou casar com um cara que seja bacana como elas”, porém, têm encontrado poucas opções nesses parâmetros (KEDOUK, 2012, p. 112).

Esse pressuposto era baseado em levantamento do IBGE que, à época, mostrava que o número de universitárias solteiras superava em 54% a quantidade de homens na mesma situação, enquanto entre grupos menos instruídos a diferença entre homens e mulheres solteiros era

menos de 10%, trazendo a consideração de que “diploma, veja só, é atestado de fracasso afetivo para o time feminino” (KEDOUK, 2012, p. 114). Notamos, aqui, que a interpretação dos dados segue no sentido de que, se a mulher está solteira, não é por opção e, mais do que isso, se ela está sem um parceiro, ela está fracassada afetivamente.

O que pretendemos problematizar, portanto, nesta matéria e na última mencionada de *TPM*, é o enfoque das pesquisas em si e a própria interpretação e focalização dos magazines a partir dos resultados dos levantamentos. Os títulos mais funcionam como propagadores e multiplicadores dos mesmos padrões historicamente conhecidos, de distinções entre homens e mulheres, do que como reveladores de uma suposta verdade em relação a comportamentos ou até “instintos” femininos e masculinos.

A matéria de *Claudia*, desse modo, mantém a associação entre as mulheres e um ideal de amor romântico, com a premissa de busca pelo homem certo. Por isso, de acordo com o texto, na nova conjuntura, com a independência da mulher na carreira, a saída era buscar pares que estivessem em níveis mais baixos no quesito social e de instrução, já que “a essência do feminino é compartilhar, procurar o bem-estar”, como indicou uma das especialistas entrevistadas (KEDOUK, 2012, p. 114). O texto segue questionando se não seria mais legítimo, pela autonomia conquistada pelas mulheres, “escolher um companheiro não por seu *status* ou sucesso, mas por ser dedicado, carinhoso, bom pai e fazer uma massagem incrível” (KEDOUK, 2012, p. 114) – notamos, então, o reforço contínuo à busca por um par, como se solteirice fosse incompatível com felicidade. Por fim, propõe-se que mesmo com os dilemas, as mulheres estão bem melhores do que em épocas anteriores, pela autonomia que conquistaram e, tendo isso em vista, “as superpoderosas e as princesas cor-de-rosa vão ter que entrar em um acordo” (KEDOUK, 2012, p. 115).

Tatiane Leal (2015) ressaltou como a referência de sucesso das mulheres executivas e presidentes de empresas, por exemplo, vem sendo endereçada como o novo modelo em construções de uma vida bem-sucedida feminina no jornalismo brasileiro. A pesquisadora afirma (2015, p. 66):

As personagens das matérias possuem um perfil específico: são de classe média e alta, moradoras de grandes centros urbanos, brancas e, em sua maioria, com acesso ao ensino superior e à pós-graduação. Mesmo assim, suas trajetórias são

apresentadas, de forma generalizada, como provas da conquista da igualdade — ou mesmo da superioridade — pelas mulheres no Brasil contemporâneo.

Esse enfoque é percebido na matéria de *Claudia* desde aquela ilustração que remete a uma mulher executiva, em traje social, como se houvesse uma redução dos impactos das situações de desigualdade entre homens e mulheres no plano das carreiras. Ou, mais do que isso, como se agora elas estivessem “por cima”, como sugeriu a imagem, mascarando as discriminações em relação às mulheres, inclusive na esfera nas remunerações.

Há uma tônica similar na matéria, do veículo da Editora Abril, “Afinal, até onde as mulheres querem chegar na carreira?” (PAULINA, 2005, p. 195-197), que teve como proposta debater “o preço que estamos... ou não estamos dispostas a pagar pelo topo”. Entre as personagens estava uma mulher muito bem-sucedida que decidiu sair da empresa pelo estresse e passou a trabalhar em uma ONG. Apesar da jornada de até 14 horas, Cíntia Ribeiro afirmou não trocar o que fazia pela importância social da nova função. Tomando esse depoimento como base, a matéria propõe que, embora a busca por mais realização pessoal e qualidade de vida seja uma tendência, as mulheres sempre se sentem mais livres para mudar, pois a função de provedor foi atrelada ao homem. Por outro lado, pontua-se a dificuldade no caminho das mulheres rumo aos cargos de comando pela jornada de trabalho muito extensa, de cuidado com a casa e com os filhos.

Desse modo, outras duas personagens expõem como mudaram de emprego para priorizar mais tempo com a família – apesar de uma outra destacar que não mediria esforços para angariar um alto cargo, estando disposta, inclusive, a mudar de país, deixando os familiares. A matéria, com porcentagens de quantas mulheres ocupam cargos de chefia – com o pequeno índice de 16% de mulheres na presidência, segundo levantamento mencionado, do Grupo Catho de 2005 – sinaliza, em um pequeno quadro, uma pesquisa indicando que o apetite feminino pela competição é menor do que o masculino, o que é atribuído por uma socióloga como resultado das diferenças de expectativas, decorrentes da socialização.

O fato é que o destaque permanece sendo o da diferenciação entre homens e mulheres. E, enquanto em “Afinal, até onde as mulheres querem chegar na carreira?” (PAULINA, 2005, p. 195-197), afirma-se que a ligação feminina com o lado emocional e a família é determinante

para a escolha de emprego, em outros momentos, a associação entre as mulheres e os cuidados no seio familiar é justamente apontada como motivo para a defasagem delas no mercado.

É o caso de “Você sabe negociar seu valor no trabalho? Os homens sabem” (PAULINA, 2007, p. 209-211). Essa matéria de *Claudia* contou com as fotos de duas entrevistadas, brancas, sorrindo e encarando o público; uma delas esteve apoiada sobre uma pilha de livros, enquanto a outra apareceu sentada de frente para uma mesa que parecia ser de escritório, em ambientações, então, que ajudam a conferir credibilidade e mesmo autoridade ao que será exposto por elas.

Partindo da ideia de que, “no que se refere a vender o próprio peixe, temos muito a aprender com os colegas do sexo masculino” (PAULINA, 2007, p. 210), a matéria inicia tratando de uma economista que sempre soube valorizar as suas qualidades diante dos patrões. De acordo com a matéria, Marina Alves era uma exceção porque “normalmente, a mulher não tem toda essa desenvoltura na hora de demonstrar sua experiência e seu potencial” (PAULINA, 2007, p. 210). Se, na situação debatida anteriormente, as histórias das personagens serviram para endossar a hipótese inicial da matéria, aqui, indo na direção contrária à proposta, são apontadas como exceções.

Expõe-se, neste caso, que as mulheres recebem, em média, 83% do salário pago aos homens. A diferença é atribuída ao fato de eles estarem em áreas diferentes de ocupação, mas também porque as empresas acreditam que as mulheres não teriam total comprometimento, por causa da responsabilidade da casa e dos filhos, segundo a matéria. Além disso, os homens não se deixariam levar por discursos emocionais, enquanto as mulheres estariam, como supõe a matéria, mais propensas a crer que, se contribuíssem, seriam recompensadas.

Outra “característica” feminina que seria prejudicial, de acordo com o exposto, é que as mulheres não seriam sinceras mesmo diante de ofertas de salário com as quais não concordam. Por isso, era preciso aprender com os homens. A matéria, então, dá conselhos para a negociação da remuneração, como enfatizar o próprio histórico na carreira, e aponta como modelo a entrevistada Andréa Valdivia, que seguiu as “lições do pai” para não ceder mais do que necessário na negociação de salário.

Mesmo quando os papéis mais conservadores atribuídos às mulheres são desempenhados, de cuidado com a casa e com os filhos, elas são culpabilizadas, senão no âmbito social de um modo geral, no âmbito profissional, com salários desiguais. *Claudia* não debate esse processo e justamente reduz o impacto das pressões sociais, destacando

as possíveis falhas pessoais delas como motivos para as disparidades. Além disso, não é difícil perceber que há a reiteração do poder atribuído aos homens, que seriam modelos e exemplos para se conquistar postos mais altos na carreira.

3.3.2 Problematizações em torno da “Amélia”

Embora sem o apoio em dados científicos, a pressuposição de inclinações femininas a algumas tarefas é levada em conta na edição temática da *TPM* de maio de 2013, sobre “a nova mulher prendada”, como enunciou a capa¹⁵². Com histórias de vida de mulheres que decidiram, ao menos por um tempo, dedicarem-se às tarefas de casa, a matéria principal “Que saudades da Amélia?” (LEMONS; GONZÁLEZ; BALLOUSSIER, 2013, p. 40-44) – em referência à música¹⁵³ – questiona se seria possível fazer isso sem abrir mão de “valores feministas”. Afinal, o pensamento feminista há décadas tem sinalizado que o confinamento das mulheres ao âmbito doméstico e a função de procriadoras em muito contribuíram para que fossem dissociadas do uso da razão e, mais do que isso, excluídas das esferas políticas e das esferas simbolicamente privilegiadas, como pontuou Françoise Héritier (2004).

A matéria que teve a intenção de “investigar como fica a liberdade quando elas escolhem ser ‘do lar’” (LEMONS; GONZÁLEZ; BALLOUSSIER, 2013, p. 40) inovou ao trazer o título imitando um bordado, de modo que a página anterior pareceu o avesso à frase bordada. Entre as imagens, houve a foto da atriz Alinne Moraes, séria, segurando um espanador e vestindo uma luva de borracha, com a legenda de que ela “adora fazer comida e se acalma lavando roupa” (LEMONS; GONZÁLEZ; BALLOUSSIER, 2013, p. 41). Ainda no plano das imagens, outras duas entrevistadas apareceram com pequenos casacos de crochê sobrepostos, em referência a trabalhos manuais, normalmente atribuídos às mulheres. Vale pontuar que, mais uma vez, a

¹⁵² A intenção da revista de atrair a atenção e surpreender foi estendida até as lombadas dos exemplares, com frases bem-humoradas relacionadas aos temas em destaque. Assim, aquela edição de maio de 2013 de *TPM* afirmou, na lombada, “Já pra casinha”, ironizando o possível retorno das mulheres às tarefas domésticas.

¹⁵³ O samba “Ai, que saudades da Amélia”, composto por Ataulfo Alves e Mário Lago na década de 1940, falava de Amélia, a mulher que “não tinha a menor vaidade” e era “mulher de verdade”. A canção que fazia referência a uma mulher submissa tornou-se um dos clássicos da música brasileira.

perspectiva de relacionamentos heterossexuais é privilegiada nos depoimentos, como veremos, e todos que aparecem nas imagens são brancos, sem exceções.

Figura 66 - “Que saudades da Amélia?”, de *TPM*.



Fonte: TPM, ago., 2013, p. 40-41.

Na matéria principal, a revista elenca a história de uma jornalista que largou um bom cargo em uma grande corporação para adotar o que chama “filosofia de cuidar”, dedicando-se à educação dos filhos e prestando consultoria como jardineira, além de manter uma empresa especializada em agricultura orgânica. A personagem, Claudia Visoni, diz que, naquela nova situação, o sustento da casa passou a ficar sob a alçada do marido, mas se considerava feminista, defendendo a diminuição da jornada de trabalho e a divisão de tarefas domésticas.

A atriz Alinne Moraes complementa o texto, reforçando o desejo de dar uma pausa no trabalho fora de casa quando se tornasse mãe e seu apreço pelas atividades domésticas. Sem deixar de mencionar que essa decisão também implica uma determinada condição social, a matéria conta com o depoimento de uma psicóloga, que sinaliza que após se provarem competentes na carreira, as mulheres se questionam sobre o que realmente querem. É como se, agora, estivessem liberadas socialmente para fazer o que de fato querem – como vemos, no entanto, até por outras matérias de *TPM*, as imposições sociais não se dissolveram assim tão completamente.

Outra entrevistada, Daniela de Paula, abandonou o emprego para morar com o marido diplomata na Alemanha e ficou perdida, sem saber o que fazer, porque sempre trabalhou fora. Além disso, teve medo de ser tachada de “mulherzinha”, por fazer as tarefas de casa. Depois de um tempo de experimentações, ela fez cursos de línguas, de trabalhos

manuais, voltou a cozinhar, se adaptou a depender financeiramente do marido. Mesmo assim, naquele mês da matéria, retomaria a profissão.

Uma quarta entrevistada, Clara Averbuck, é uma escritora que, por trabalhar muito, deixou a filha morando com o pai por um tempo, pagando pensão a ele. Já uma professora universitária, a feminista Lola Aronovich, autora do blog *Escreva, Lola escreva*, comentou, na matéria, como dividia as tarefas de casa com o marido. Outras escritoras e especialistas seguiram debatendo a existência ou não de uma afinidade das mulheres com as tarefas de casa e sobre a importância de ganhar o próprio dinheiro.

Vale pontuar que, nas histórias elencadas, nenhuma mulher desistiu de procurar por uma forma de renda, apenas os graus de provedora da casa que variaram. Notamos uma carga de improdutividade pairando sobre o título de “mulher do lar”, no texto. Na verdade, isso justifica, inclusive, a apreensão de uma das personagens em se tornar “mulherzinha”, além do tom pejorativo atrelado atualmente ao termo, definindo aquelas que assumem exclusivamente tarefas e condutas historicamente associadas ao “feminino” – como vimos, mesmo *TPM* já chegou a depreciar essa “mulherzinha”, como aquela que não faria parte de seu público. Ao mesmo tempo, “Que saudades da Amélia?” (LEMONS; GONZÁLEZ; BALLOUSSIER, 2013, p. 44) ainda propõe que, querendo ou não, as pesquisas indicam que são as mulheres que cuidam dos filhos no Brasil – e lembra que “quem cuida do filho costuma cuidar da casa”.

Via de regra, dedicar-se exclusivamente às tarefas do âmbito doméstico não é apontado como ideal exaltado nem por *TPM* e nem por *Claudia*. Mas aquelas que trabalham fora e que escapam, de alguma maneira, às funções tradicionais de mãe, esposa e etc., aparecem nas revistas como portadoras de culpa ou precisando de recomendações, como ficou claro especialmente nas matérias sobre maternidade. Desse modo, notamos uma pressão constante para que a mulher, no fim das contas, mantenha-se como multitarefas, arcando com o trabalho fora e dentro de casa, e a proposição dos temas de revistas dá as pistas disso.

Por um lado, então, a reportagem de *TPM* acena para uma abordagem feminista, explicitada pela fala das entrevistadas, a exemplo da afirmação da escritora Clara Averbuck: “o feminismo luta por liberdade de escolha e, se essa escolha for ficar em casa, que assim seja” (LEMONS; GONZÁLEZ; BALLOUSSIER, 2013, p. 44). Além disso, finaliza-se denotando como “absurdo” a maior responsabilização das mães no cuidado com os filhos. Porém, a cobrança por uma produtividade associada ao ganho financeiro permanece. E, somando-se

a isso, se uma das entrevistadas, a escritora norte-americana Suzane Venker, falou que as mulheres têm, sim, mais talento para cuidar da casa, destoando de todas as outras personagens da matéria, foi na página seguinte, com o texto intitulado “Marias do lar” (TPM, maio, 2013, p. 45), que as tarefas mais tradicionais ganharam espaço.

Com o intuito de interrogar por que papéis “do tempo da sua avó” fazem a cabeça de algumas mulheres de hoje, “Marias do lar” (TPM, maio, 2013, p. 45) traz o depoimento da filósofa Talyta Carvalho que pontua que o lugar de mulher é onde ela quiser, mas que “não devemos nada ao feminismo” e que se sente feliz em fazer um jantar para os amigos e “homens ficam felizes em dar presentes para a mulher”. Há ainda afirmações de duas evangélicas e uma missionária que defendem “a mulher prendada”, “a mulher virtuosa” e que “seja submissa ao marido”, mesmo ganhando mais. A crítica feita pela revista é pontual, como ao destacar que Talyta prefere “queimar seu filme a seus sutiãs”, e no desfecho, após Talyta expor que, para ela, as mulheres se encaixam muito bem no papel de prover afeto, como os homens seriam “naturalmente dispostos a abrir a carteira”, o que a revista rebate: “exatamente como rezavam as antigas cartilhas sobre o papel da mulher... já não seria o tempo de superá-las?” (TPM, maio, 2013, p. 45).

Seja como for, a presença de personagens tão conservadoras na publicação, naquela página específica, posicionando-se contrárias até ao movimento feminista, pode ser uma manifestação da preocupação com a aceitação de seu público ou parte dele, que não se identificaria com a matéria anterior.

De qualquer modo, nas duas matérias que se seguem, é possível ver um arrefecimento dos posicionamentos feministas. Assim, em “Domesticando Alinne” (MEIRELLES, 2013, p. 46-47), há uma entrevista com Alinne Moraes, com o destaque a seus dotes domésticos, logo de início: “Nunca tire uma vassoura da mão dela. Por trás da atriz, há uma dona de casa caprichosa. Aos 30 anos, Alinne Moraes fala do luxo de ter empregada e das férias da TV batendo bolo na mão” (MEIRELLES, 2013, p. 46). É preciso levar em conta que, afinal, o tom irônico e de brincadeira em que se fundamenta o título baseia-se no princípio da mulher a ser domesticada, como se tivesse uma ligação com um lado selvagem. O que vemos nessa edição de *TPM* é que a crítica às premissas de associação das mulheres ao âmbito doméstico por vezes corre o risco de se diluir na tônica do bom-humor, mais reforçando as atribuições conservadoras de gênero do que, de fato, contribuindo para a sua desconstrução.

De todo modo, na entrevista, ilustrada por Alinne Moraes sorrindo com um avental, segurando novamente o espanador e com uma luva de borracha em uma das mãos, a atriz fala de como aprendeu a matar galinha com a vó, de como lavar roupa a “desestressa” e conta que contratou uma empregada só para cuidar dos cachorros, por luxo, já que é ela quem sempre cozinha. Diz que não tem medo de cuidar da casa grande sozinha, que “não tem muita coisa que um homem possa fazer que não faça” (MEIRELLES, 2013, p 47). Por outro lado, também pontua: “As mulheres estão sendo bem sucedidas muito rápido. Acho que lá no nosso íntimo a gente quer ser aquela mulher que a nossa vó já foi, ter uma família, se dedicar” (MEIRELLES, 2013, p 47).

Resgata-se aqui a ideia de que as mulheres estariam perdidas diante de tanta liberdade conquistada socialmente. Essa pressuposição não deixa de remeter a matérias, tanto de *Claudia* como da própria *TPM*, que denunciavam uma espécie de “lado negativo” da liberdade conquistada pelas mulheres na sociedade. Assim, elas estariam, supõe-se, com dificuldades para descobrir que rotina querem ou custando a encontrar um par nesses novos cenários. Chama a atenção essa contínua responsabilização delas, como se somente as mulheres estivessem fazendo algo errado ou estivessem inquietas, insatisfeitas ou culpadas, invisibilizando-se as tensões sociais que eclodem justamente da resistência masculina diante da maior participação feminina na sociedade. Além disso, tendo em vista as desigualdades abissais que permanecem, seria mesmo apropriado tratar, em veículos voltados para as mulheres, de possíveis “desvantagens” da emancipação feminina e da sua maior participação nos diversos âmbitos da esfera social?

Figura 67 - “Homens ao lar”, de *TPM*.



Fonte: TPM, maio, 2013, p. 48-49.

Retomando a edição de *TPM*, “Homens ao lar” (GONZÁLES, 2013, p. 48-53) traz histórias de homens que encontram prazer em cuidar da casa e da família. Desde a caracterização dos personagens sugere-se que eles estão fazendo um “trabalho de mulher”, como antecipou Tatiane Leal (2015, p. 88), em suas análises sobre essa matéria de *TPM*. Dessa maneira, os três homens aparecem, em imagens de plano aberto, vestindo aventais coloridos e quadriculados ou com vestidos, brincos, colar de pérolas, bandana florida, sacola de feiras listradas, enfim, vestem acessórios e peças com estampas consideradas femininas. As poses deles, com as mãos na cabeça e segurando um balde com um bebê fazem referência, com bom-humor, a uma feminilidade.

Enquanto o ator Milhem Cortaz, então, é chamado pela mulher e pelos amigos de “Dita” quando seus “genes domésticos afloram” (GONZÁLES, 2013, p. 50), o músico Daniel Belleza faz o jantar e até a marmita da mulher e diz: “fico fazendo inveja no povo” (GONZÁLES, 2013, p. 52). Notamos, pelo que é proposto, que um homem ser “do lar” remete a figurino ou até apelido feminino. Ao mesmo tempo, é motivo de “inveja” ter um homem desses por perto – de todo modo, nenhum personagem aqui é exclusivamente “do lar”, sugerindo também a cobrança por produtividade e pela busca de recursos financeiros.

Esses índices de feminilidade que os personagens portam não deixam de sugerir ainda que estão em um universo que não seria o deles. Parece haver, dessa forma, apenas um deslocamento dos estereótipos femininos para as figuras masculinas pontuais e não a desconstrução dos estereótipos em si. Além disso, eles figuram como exceções, ao mesmo tempo em que a tônica bem-humorada e o modo como se destaca a satisfação deles em desempenhar essas funções pode sugerir que, na verdade, seria algo necessariamente prazeroso – o que atenua o caráter limitador e exaustivo dessas tarefas e esvazia a reivindicação das mulheres pela divisão das atividades.

Em edição anterior, a revista questionou “A mulher é o novo homem?” (TPM, nov., 2010, p. 62-67). Naquele espaço, embora com uma certa essencialização, a revista sugeriu uma maior afirmação das mulheres sobre os homens. Afirmou-se que o aumento da participação delas nos cargos de chefia somada à maior incidência, entre elas, de doenças tipicamente masculinas, como a hipertensão, levaria à pergunta, com um caráter cômico: “se isso de fato for verdade, onde foi que erramos?” (TPM, nov., 2010, p. 62).

Quando olhamos para a matéria, notamos que ela é composta por quatro colunas, acompanhadas das fotos de seus autores – todos

brancos. Nas imagens, duas colunistas simulam ter bigode, por meio de desenhos nos dedos posicionados sobre a boca; o colunista, em pose similar, simula ter uma boca pintada de batom, e uma colunista, Nina Lemos, aparece posicionada provocativamente com o dedo do meio em riste.

Na primeira coluna, intitulada “Gêneros na passarela”, Denise Gallo¹⁵⁴ (2010, p. 64) destaca o gênero como fruto de práticas discursivas que mudam ao longo do tempo, embora, segundo ela, as construções de gênero na cultura contemporânea pareçam mais sintonizadas com a lógica da moda, por sua transitoriedade. A colunista critica as proposições da mídia que, ora destacam a mera inversão simétrica, com homens frágeis e mulheres poderosas, ora perpetuam velhos clichês, como o que afirma que a nova economia estaria mais propensa ao talento feminino por serem elas mais intuitivas e flexíveis – o que foi, inclusive, abordado no trabalho de Tatiane Leal (2015). Ou ainda, como Gallo coloca, essas proposições criticadas falam do preço que as mulheres pagam pelas conquistas, não se tornando mães ou não se casando, como se houvesse um único desejo feminino e uma “natureza feminina”. Em um cunho feminista que converge para o que temos tratado, a autora recomenda que se experimentem novas configurações nessas esferas.

Mas também esse conjunto de colunas de *TPM* parece passar por uma certa gradação, indo do posicionamento mais liberal ao mais conservador. Desse modo, em “A semelhança certa”, Marta Góes¹⁵⁵ (2010, p. 65) fala do maior compartilhamento de tarefas, impulsionado pelo fato de que as mulheres não acham natural cuidar da família sozinhas. No entanto, ela declara que a surpresa é que muitos homens gostam de participar da infância dos filhos, o que também ocorre com outros assuntos de cunho mais doméstico. Assim, segundo ela, encargos outrora invisíveis ganharam importância com os homens. De acordo com a colunista, cozinhar para eles virou um programa, com “painéis chiquérrimas”, e ir buscar as crianças teria se tornado um evento exibido com alegria. Também seria pouco provável, como enuncia, que eles chorassem no banheiro do trabalho pela distância dos filhos e, dessa

¹⁵⁴ O breve currículo destacado nesta matéria sinaliza que Denise Gallo é pesquisadora, mestre em Comunicação e Semiótica e que estuda as representações da mulher na mídia e na publicidade.

¹⁵⁵ Marta Góes se apresenta como jornalista, mãe de um filho e uma filha, diretora da revista *Private Brokers* e autora dos livros *Alfredo Mesquita, um Grã-fino na contramão*; *Mulheres virando o jogo* e outros.

forma, não faria mal às mulheres se elas parecerem mais com os homens.

Do mesmo modo que a matéria de *Claudia* recomendou seguir as lições masculinas para ser mais competitiva no trabalho, a coluna de *TPM* minimiza o efeito das imposições sociais sobre as mulheres. Essas construções textuais acabam por sinalizar os homens como merecedores dos privilégios que concentram na sociedade patriarcal, ao mesmo tempo em que responsabilizam as mulheres pelas discriminações que sofrem. Precisamos lembrar que cozinhar e cuidar dos filhos é, em primeira instância, visto como obrigação delas – como inclusive já foi sinalizado anteriormente pela revista. Em linhas gerais, se cozinhar ou buscar os filhos para eles se torna mais facilmente um evento, isso certamente se deve por ser algo muito menos recorrente. Refletimos ainda que o fato de algumas tarefas com eles ganharem mais visibilidade se deve muito mais à conjuntura que privilegia as atitudes masculinas e tende a depreciar as ações desempenhadas pelas mulheres, não importando o quão empolgadas, afinal, elas estejam nessas atividades.

Figura 68 - Colunas que integram a matéria
“A mulher é o novo homem?”, de *TPM*.



Fonte: TPM, nov., 2010, p. 66-67.

Enfim, percebemos um essencialismo e uma divisão entre “eles” e “elas” que se mantêm nas colunas seguintes, ainda que de maneira

provocativa. Em “Ser o novo homem? *No, thanks*”, Nina Lemos¹⁵⁶ (TPM, 2010, p. 66) diz que gosta de “ser meio histérica, ter pressão baixa, chorar fácil, ficar menstruada e ser maternal com todas as pessoas que aparecem na frente”. Mas afirma que também aprecia discutir política, ter opinião, ser livre, independente, se bancar, o que não significa que não seja mulher. Ela questiona o porquê de se atribuir o título de “novo homem” enquanto se poderia apenas falar em mulheres inteligentes, que trabalham duro, elegem presidentes, são eleitas presidentes e etc.

A coluna, inclusive, problematiza o fato de as mulheres terem de se masculinizar quando assumem cargos de poder. O questionamento é interessante para se pensar como poder e feminilidade ou beleza feminina e poder ainda são admitidos como incompatíveis. A mesma sociedade, portanto, que taxa a mulher que não segue as recomendações estéticas de “desleixada”, é a que justamente vai repreender os sinais de cuidado com a beleza ou os tradicionais índices relacionados ao âmbito feminino, a exemplo da sensibilidade, nas esferas sociais de maior credibilidade. As mulheres acabam confinadas, no fim das contas, em um nicho de atribuições que são reiteradamente depreciadas, das mais variadas maneiras, reduzindo as possibilidades de ação e protagonismo.

Em “Mulher: o futuro do homem”, Oscar Cesarotto¹⁵⁷ (2010, p. 67) diz que “tudo o que eles faziam, elas também são capazes, igual ou até melhor”. Ele destaca o benefício da distribuição das “noites de choro” mas torce para não se perderem costumes ancestrais, “como fazer neném à moda antiga ou brincar de *kama sutra*, ou pecar sem conceber” e brinca que “o risco, mais do que a mulher ser o novo homem, é que o novo homem, o proletariado do consumo, não possa dar conta do recado sem Viagra ou cartão de crédito”. O que chama a atenção aqui também é como a discussão proposta a princípio se dilui totalmente no tom jocoso da coluna.

Nem sempre o cunho feminista proposto inicialmente por *TPM* já na capa se confirma ou se mantém nas matérias de suas edições temáticas, como pudemos averiguar. Talvez esse arrefecimento nos direcionamentos feministas ocorra pela composição de seus

¹⁵⁶ Nina Lemos é enunciada como jornalista, repórter especial da *TPM* e uma das criadoras do blog *02Neurônio*. Autora de livros como *A Ditadura da Moda*, *Almanaque 02 Neurônio: Guia da Mulher Superior*, entre outros.

¹⁵⁷ Oscar Cesarotto é apresentado como psicanalista, doutor em Comunicação e Semiótica e autor dos livros *Um affair freudiano*, *Jacques Lacan – uma biografia intelectual*, *Sedições*, entre outros.

colaboradores ou por uma tentativa de abarcar um público variado. O fato é que, em dados momentos, a revista parece partir de um lugar mais libertário e de quebra de padrões em direção a posicionamentos mais tradicionais, e nessas ocasiões é possível verificar aproximações com *Claudia*.

3.3.3 Abordagens além das amenidades

Aquelas que se enquadram na categoria mulheres, e muitas vezes apenas por estarem sob essa titulação, enfrentam uma série de violências, multiplicadas em doméstica, sexual, obstétrica, psicológica, racial, simbólica, patrimonial, financeira, bem como uma série de opressões, nas situações cotidianas, nas instituições públicas, nos relacionamentos mais celebrados. Elizabeth Fleury-Teixeira e Stela Nazareth Meneghel (2015) pontuam que, no Brasil, 91 mil mulheres foram assassinadas entre 1980 e 2010, 43,5 mil só na última década.

Mas nas revistas femininas impressas foi pouco frequente a menção a tais temas ou outros relacionados aos direitos das mulheres. A carga de entretenimento segue como imperativo e parece ser a justificativa para a quase restrição a assuntos considerados leves, de comportamento; e poucos são os momentos em que ganham espaço notícias mais “quentes”, ou seja, aquelas com mais ancoragem temporal, que são tão conhecidas do jornalismo clássico.

Seja como for, em algumas ocasiões, houve o debate sobre violências e/ou direitos das mulheres. Assim, a edição de fevereiro de 2005 de *TPM*, por exemplo, protagonizada pela atriz Leandra Leal, problematiza o aborto. À época, o diretor Fernando Luna (2005, p. 4) falou, em editorial, das estatísticas que indicavam dois abortos clandestinos por minuto no Brasil, ou seja, 1 milhão por ano; número resgatado também pelas pesquisadoras Claudia Jannotti e Gilberta Soares (2015, p. 17). Se desde 1940 o aborto é admitido como crime pelo Código Penal, de modo que a Igreja Católica, muito presente no país, condena a prática mesmo em casos de estupro, seria de fato corajoso duas mulheres admitirem a prática do aborto, sem nomes falsos e mostrando seus rostos, como ocorreu naquela edição de *TPM*¹⁵⁸.

¹⁵⁸ A revista *Veja* também havia adotado proposta parecida em setembro de 1997, destacando, desde a capa, celebridades que realizaram aborto. Outros títulos também chegaram a adotar abordagens similares posteriormente. Mesmo assim, a iniciativa de *TPM* ainda é incomum, especialmente entre as revistas femininas.

A intenção do veículo da Editora Trip era trazer o assunto em profundidade naquele ano de 2005, quando o governo havia eleito como prioridade a revisão da lei de 1940. Por isso, a publicação convidava as leitoras para darem a opinião sobre o assunto no site e iria dedicar duas edições ao tema – a que analisamos aqui e a seguinte –, contando com uma série de colaboradores. Diante da pouca mudança na legislação¹⁵⁹, a revista voltaria a tratar da questão. Em 2014, inclusive, *TPM* lançou uma campanha pela descriminalização do aborto, a ser abordada na edição de novembro daquele ano¹⁶⁰.

Enfim, no editorial da edição de fevereiro de 2005, Fernando Luna (2005, p. 4) propõe que se fale sobre aborto e afirma “falar não é fácil, mas ficar em silêncio não tem ajudado”. Destacam-se duas personagens, entre elas, “Tatiana [Vereza], branca, tinha 28 anos quando engravidou e mora em Ipanema, no Rio” (LUNA, 2005, p. 4). Ficam claros os marcadores de uma boa situação social desta personagem que pagou à época R\$ 1.000, divididos com o namorado, para fazer o aborto, porque não queria ser mãe.

Por outro lado, “Rosinete [Santos] é negra e tinha 21 anos quando ficou grávida pela primeira vez. Baiana, trabalhava como doméstica em São Paulo” (LUNA, 2005, p. 4). Estão evidentes, então, os indicadores de uma classe social inferior dessa personagem que, também com dinheiro dado pelo companheiro, tentou abortar tomando um remédio para tratamento de úlcera.

Se essas delimitações de “mulher negra” e “mulher branca” evidenciam aspectos da realidade social, tão marcada racialmente, chama a atenção, igualmente, que em outras edições não houve a nomeação das brancas, tão mais frequentes, passando, por tantas vezes, como “neutras” nesse quesito.

De todo modo, o texto introdutório “Eu fiz aborto” (TPM, fev., 2005, p. 75) destaca que a publicação trazia os relatos de duas mulheres

¹⁵⁹ Como é explicado em verbete do *Dicionário Feminino da Infâmia*, o aborto é permitido apenas em caso de estupro, em caso de risco à vida da mulher ou, desde 2012, em casos de anencefalia (JANNOTI; SOARES, 2015, p. 17). Há projetos que, no entanto, preveem retrocessos nesse sentido. Em 2017, em meio a discussões sobre a ampliação da licença-maternidade em casos de bebês prematuros, passou a tramitar a Proposta de Emenda à Constituição (PEC) 181/2015, tornando ainda mais restritiva a legislação sobre o aborto. A PEC, apelidada de “Cavalo de Troia”, tem sido alvo de muitos protestos populares e, até outubro de 2017, não tinha passado por votação na Câmara dos Deputados.

¹⁶⁰ Leandra Leal foi a protagonista de uma das capas daquela edição, enquanto a outra foi estampada pelo comediante e humorista Gregório Duvivier.

da mesma idade, mas de formação e classe social bem distintas, que passaram pelo procedimento. Toda a matéria conta com fotos das duas mulheres que, em plano aberto, encaram sérias o público. Em duas imagens, há um trabalho de ilustração sobre a foto das personagens, com desenhos que remetem a ligações entre o útero e o coração.

A seguir, em duas páginas cada uma, as personagens contam em detalhes como passaram pelo aborto, seus motivos. É importante destacar que *TPM* dá informações contextualizadas, abordando os riscos para a saúde, o impacto psicológico de ter que realizar o procedimento, mas também trata das razões que levaram as mulheres a fazer aborto, sem culpabilizá-las.

No texto “Eu também” (PERES, 2005, p. 76-77) – em referência ao título do texto anterior “Eu fiz aborto” (TPM, fev., 2005, p. 75) –, expõe-se que quando Rosinete conseguiu abortar na segunda gravidez – na primeira gravidez, o remédio não teve o efeito desejado e ela acabou tendo o bebê –, passou mais de cinco horas com hemorragias fortes e teve de ser internada, passando por constrangimento e pela apreensão por aborto ser crime. Aspectos de classe social ficam bem claros nesses relatos de Rosinete que tentou abortar na primeira gravidez por medo de perder o emprego e, em um segundo momento, porque sabia das dificuldades de se criar um filho. Da mesma forma, fica evidente como é comum a mulher ter de assumir sozinha uma gravidez indesejada e, quando seu primeiro aborto fracassou e ela teve o bebê, o pai nunca sequer veio visitar a criança e assumiu outra família. Após a exposição do relato, a afirmação de Rosinete dá uma dimensão sobre a questão: “A gente precisa respeitar o que o momento pede. Não me arrependi. Mas hoje não faria de novo porque minha realidade é outra”, destacou (PERES, 2005, p. 77).

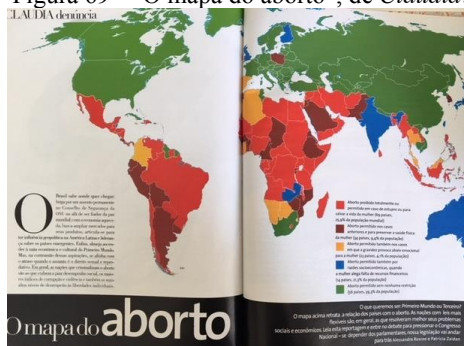
Já para Tatiana, como é exposto no texto “A história de Tatiana” (LEMO, 2005, p. 78), “o fato de ter certeza de que terminar a gravidez era a melhor opção não amenizou a culpa e nem o desconforto”, e ela precisou de muitas sessões de terapia depois do episódio. Mesmo com condições financeiras para arcar com o procedimento em uma clínica e com o apoio do namorado da época, ela ficou muito abalada e “o pós-aborto foi barra-pesada”. Mas Tatiana ressalta que “tinha que passar por isso” (LEMO, 2005, p. 79).

Há, portanto, um teor de informação e sem a culpabilização das entrevistadas, o que tem uma grande função social sobre o esclarecimento do tema. Isso também chegou a ocorrer na concorrente da Abril, embora sem a exposição de personagens. Em *Claudia*, entre as revistas selecionadas, não há destaque de capa para qualquer matéria

relacionada aos direitos das mulheres. Mas a temática do aborto esteve no interior de uma das edições do *corpus*, de junho de 2008. Na verdade, surpreende o fato de sequer haver uma chamada sobre uma matéria tão aprofundada, de mais de oito páginas. Talvez tenha levado a essa escolha o caráter de entretenimento daquela edição do mês dos namorados, ou mesmo a apreensão por uma certa rejeição pelo público de postura mais conservadora.

O fato é que, sob a cartola de “*Claudia* denúncia”, a revista trouxe o “Mapa do aborto” (ROSCOE; ZAIDAN, 2008, p. 162-170). A partir de um mapa tratando das legislações sobre o aborto em 196 países e estados independentes, elaborado pela ONG com sede em Nova York *Center for Reproductive Rights*, *Claudia* pontuou que, embora o Brasil tenha avançado em inúmeros setores, segue tratando dos direitos sexuais e reprodutivos como os “países que exibem os piores índices de corrupção, violência e os mais altos níveis de desrespeito às liberdades individuais” (ROSCOE; ZAIDAN, 2008, p. 162). A matéria resgatou uma derrota recente no Congresso Nacional, à época, de um projeto de lei que tinha como proposta descriminalizar o aborto. A partir daí, a revista expôs uma série de outros projetos protocolados em 2007 e que pretendiam deixar a legislação ainda mais retrógrada.

Figura 69 - “O mapa do aborto”, de *Claudia*.



Fonte: CLAUDIA, jun., 2008, p. 162-163.

É importante considerarmos que, apesar de não trazer personagens que passaram pelo aborto, a revista se ancora em números e afirmações de especialistas, incluindo feministas, e se posiciona muito claramente sobre a questão:

Mesmo que você seja contra o aborto e que tenha certeza de que jamais irá praticá-lo deve entrar nessa discussão, já que a proibição não impede que, a cada ano, conforme estimativas, 1 milhão de abortos sejam realizados no Brasil, sendo que 220 mil deles levam a infecções graves e perfurações no útero, entre outras complicações. Concordar com a descriminalização não é endossar a prática como método de planejamento familiar. Trata-se de respeitar o direito de quem pensa diferente, numa sociedade diversa e plural como a nossa. (ROSCOE; ZAIDAN, 2008, p. 164-165)

Somando-se a isso, a publicação traz dados sobre abortos clandestinos, o perfil das mulheres que abortam e destaca que outras ações estavam sendo feitas à época pelo Ministério da Saúde, como o acolhimento a vítimas de práticas inseguras. Também se destacou a influência da religião no âmbito político, com as bancadas religiosas contribuindo para que a lei não se modernizasse. E a matéria ainda endossou: “assim como é garantido aos religiosos o direito de divorciar, casar de novo e usar camisinha à revelia do catolicismo, que condena as três práticas, o Estado deve tratar o aborto sob o ponto de vista da cidadania sexual”. E aferiu: “independentemente de ser católica, a mulher é quem deve decidir o que fazer com o seu corpo” (ROSCOE; ZAIDAN, 2008, p. 170).

Argumentando sobre a desigualdade social, pois as mulheres que têm dinheiro pagam por abortos mais seguros, e que o Brasil já tinha assumido em conferências de 1994 e 1995 da ONU que iria rever as leis punitivas para as mulheres que decidem interromper a gravidez, do mesmo modo como *TPM*, *Claudia* levantou a bandeira a favor da descriminalização da prática naquela reportagem, embora isso não fosse uma preocupação frequente do título e nem algo que ganhasse destaque, por exemplo, na capa. Na verdade, é como se a falta de chamadas sobre o assunto fosse uma estratégia para que mesmo a leitora mais conservadora comprasse a revista e se deparasse com a reportagem.

Pontualmente, o tema apareceria em entrevistas, como em “Vem cá, Luiza”, com Luiza Brunet. Na ocasião, a atriz contou sentir uma profunda tristeza pela prática mas que, tendo casado aos 16 e engravidado aos 17 anos, não se sentia preparada para ser mãe. No depoimento, Luiza destacou que fez o aborto “como quem vai à padaria comprar bala: não sabia dos riscos até de morte” mas que isso “pesa até hoje” (GUDIN, 2010, p. 34). A atriz diria ainda que entende a dor de

quem opta por ele, embora simplificasse a questão, de certa forma, ao defender que o governo adotasse campanhas para evitar a gravidez.

3.3.4 A manutenção das lentes de “feminilidade”

Enquanto questões relacionadas aos direitos das mulheres não costumam aparecer com frequência na pauta das revistas, com abordagens de maior profundidade figurando como exceções, mesmo assuntos que podem ser considerados mais “quentes”, com uma ancoragem temporal maior, são apresentados em associação a questões emocionais ou de estética corporal, por exemplo.

Em “Esta mulher balançou a Justiça brasileira” (ZAIDAN, 2012, p. 116-121), por exemplo, *Claudia* acompanhou Eliana Calmon, então corregedora do Conselho Nacional de Justiça, no dia em que o Supremo Tribunal Federal anunciaria o desfecho sobre sua investigação, sobre juízes corruptos. O enfoque, no entanto, foi muito similar àquele das entrevistas com celebridades. Questiona-se, então, sobre a infância da entrevistada, se casou de branco e flor de laranjeira e até “por que é comum mulheres de carreiras públicas ou duras abrirem mão do homem? O amor é inconciliável?”, com comentários como, após Eliana dizer que não teve outra paixão depois do divórcio, “a senhora é cheia de admiradores. A vida continua...” (ZAIDAN, 2012, p. 119). Haveria, inclusive, perguntas sobre a religião da corregedora, sobre como reage nas situações de acirramento da profissão e sobre o livro de receitas de que Eliana Calmon era autora.

Embora haja perguntas sobre ações e pronunciamentos da corregedora e se questione se a lei de descriminalização do aborto demoraria muito para ser aprovada, um tom de glamourização da entrevistada fica evidente por observações entre parênteses da jornalista, detalhando o que se passa em um momento da entrevista ou qual foi o desfecho da votação do Supremo – que acatou a investigação de juízes proposta pela corregedora: “Eliana Calmon estava em casa vendo tudo pela TV. Não é de chorar, mas chorou ao ouvir o último voto. Com enxaqueca, tomou um remédio e, finalmente, conseguiu dormir. Vitoriosa.” (ZAIDAN, 2012, p. 121).

TPM igualmente tende a adotar enfoques similares, com a menção a assuntos convencionalmente associados às mulheres, embora conceda mais espaço para a carreira de suas personalidades. Na entrevista “Pintura íntima” (LEMOS, 2007, p.16-23), com a cantora Paula Toller, há muitas perguntas sobre o novo disco à época, sobre o início de sua banda, sobre *rock*. No entanto, a preocupação com o que

seria um lado feminino fica evidente em “[você] é boa dona de casa?” e “você acha que a obrigação de envelhecer e continuar bonita é maior para a mulher?” ou ainda “você parece ser uma mulher fodona, daquelas que cuidam das suas coisas e fazem o que quer. É verdade?” (LEMOS, 2007, p. 19). Ora, supomos que dificilmente haveria perguntas similares em uma entrevista com um homem.

Além disso, há um cunho notadamente emocional, perguntando-se da família da cantora, da relação com o filho, com o marido. Portanto, mesmo se há mais perguntas relacionadas ao lado profissional, são os aspectos emocionais e de “coisas de meninas” que ganham destaque e se sobrepõem na abordagem, desde o parágrafo de apresentação da entrevista: “Aos 44 anos, Paula Toller lança disco solo em que fala sobre a inadequação de ser mulher, a vontade de jogar tudo para o alto e outras coisas de meninas. [...] Aqui, conta que não tem amigas mulherzinhas e que acha que um casamento pode durar para sempre, inclusive o seu” (LEMOS, 2007, p. 19).

A revista recupera, mais uma vez, o termo “mulherzinha”, mencionado em outros momentos por *TPM*, em tom jocoso e até depreciativo. Na entrevista, porém, é Paula Toller quem remete ao termo. Suas amigas, pontua, são independentes também, atuantes, com quem se identifica, até no lado que elas têm de “mulherzinha” (LEMOS, 2007, p. 22). Supomos, portanto, que são as características e atribuições tradicionalmente relacionadas às mulheres que são menosprezadas em certo ponto, porém, o fato das tais amigas serem independentes e atuantes validaria para que tivessem esse outro lado. Novamente, como vemos, as proposições, voltadas para as mulheres, caminham no sentido de incentivo para assumirem os papéis de produtividade, independência financeira e participação no mercado de trabalho, mas preservando as condutas mais tradicionais.

A entrevista “Melanina sobre tela” (ALVES, 2014, p. 16-26), com a artista Adriana Varejão, parece se distanciar um pouco dessa insistência em uma “feminilidade”, embora talvez mais pela postura da entrevistada do que pelo foco do magazine.

Figura 70 - “Melanina sobre tela”, de *TPM*.



Fonte: *TPM*, abr., 2014, p. 16-17.

“Melanina sobre tela” (ALVES, 2014, p. 16-26) trata de maneira aprofundada da obra e da carreira da artista, que abriria duas exposições sobre a miscigenação no Brasil à época. Nas imagens, Adriana aparece em seu ateliê, com quadros de sua exposição e em foto com um leve sorriso, inspirada em retratos presentes na exposição. A matéria trouxe ainda fotos do acervo pessoal da artista, mostrando algumas de suas obras e ela trabalhando e com o marido. As perguntas trataram também de como era o relacionamento com a equipe, para a realização das exposições, do processo criativo de Adriana, do posicionamento da artista, que é branca, sobre cotas raciais, e até sobre se já teria presenciado episódios de racismo – aquela edição de *TPM* seria dedicada a tratar da temática racial. Houve ainda perguntas sobre o que lembra da ditadura, como foi a infância, as viagens que fez, as referências trazidas por seu trabalho. Mas, como admitiu *TPM*, a cara “fecha diante de perguntas sobre maternidade, casamento, idade – coisas que ela define, sem rodeios, como ‘conversinha de revista feminina’ e para a qual diz não ter a menor paciência” (ALVES, 2014, p. 18).

Desse modo, diante da questão de como é seu dia a dia, Adriana diz que tem uma vida igual a de todo mundo. Mais adiante, a artista pontua que não precisa se preocupar em ficar muito exposta porque não tem um rosto muito conhecido, mas que também procura falar só de arte e, se a buscarem para uma pauta sobre comportamento de praia, por exemplo, não vai falar; acrescenta: “não julgo, não acho ruim, até leio essas coisas nas revistas, mas não serve pra mim” (ALVES, 2014, p. 25). A jornalista, porém, insiste no direcionamento, em seguida: “Você mudou muito desde que é mãe?”, a que a entrevistada responde: “Mudei muito por vários motivos na vida, inclusive esse. Não vamos começar com essa conversinha de revista feminina. É chato” (ALVES, 2014, p. 25).

Mais insistência por parte de quem entrevista: “eu queria falar também sobre a ideia de envelhecer. Você faz 50 anos em 2014... Isso também configura conversinha?” e Adriana responde: “Ah, tem coisa mais importante para falar”. A jornalista ainda tenta convencê-la: “Mas falando só de trabalho, a gente não entende quem é a mulher...” (ALVES, 2014, p. 25). É possível, perceber, então, uma tentativa constante de voltar para o que seria “da mulher”. E esse enfoque não seria justamente aquele de “mulherzinha” que *TPM* criticou em outros momentos?

A postura reativa da entrevistada diante desses assuntos foi determinante na matéria, então. Tanto que no desfecho da apresentação que antecedeu a entrevista, destaca-se que, diante das exposições, que Adriana teria que preparar, não haveria tempo mesmo para “conversinha”.

A Adriana que encerra a conversa depois de duas horas está sorridente, prepara um café, mostra os cômodos da casa recém-reformada, fala das filhas, recebe a visita do marido. E pede licença para voltar ao batente: além das duas exposições de abril, ela prepara mais duas para o segundo semestre – uma para o Oi Futuro, no Rio de Janeiro, outra para o ICA, em Boston. Não dá mesmo para ficar de conversinha (ALVES, 2014, p. 25).

Seja como for, o início desse parágrafo em destaque situa Adriana no âmbito doméstico e familiar. Pouco antes, a revista pontuou como Adriana, na entrevista, “baixa a guarda para tratar, de leve, de questões íntimas” (ALVES, 2014, p. 18), sendo que a artista falou de como a idade é relativa, da relação com os pais, do casamento com o cineasta Pedro Buarque de Holanda e do casamento anterior com Bernardo Paz, dono do Inhotim, instituto que concentra obras de arte contemporânea.

Trata-se, sim, de uma entrevista diferenciada, com ênfase na carreira e na trajetória da artista, como não se costuma ver nesses espaços de revista feminina, mas é justamente a entrevistada a responsável por criticar as abordagens típicas dos magazines voltados para as mulheres. Adriana parece ser um indicativo de que, afinal, as tensões quanto às delimitações de gênero podem também partir das personagens em destaque.

3.4 RAÇA E REPRESENTATIVIDADE NAS MATÉRIAS

Se as mulheres negras pouco aparecem nas capas de revistas femininas, nas matérias principais, essa máxima não é muito diferente. Seguindo nos esforços de apontar não apenas quando, mas também como as mulheres negras aparecem, é necessário resgatar o que foi exposto por Maria Aparecida Bento (2014). A partir do que afere a autora, a branquidade¹⁶¹, assim como a masculinidade, é hegemônica nos lugares de poder, configurando-se em uma dimensão ideológica. As duas se referem, então, a uma construção histórica e social, evidenciam uma visão de mundo, designam alguns como irmãos e outros como “estrangeiros, adversários ou inimigos” (BENTO, 2014, p. 18).

Grada Kilomba explicou, em entrevista (FERREIRA, 2016) que, quando aparece, o corpo negro vai representar o que a sociedade branca não quer, ou seja, a criminalidade, o roubo, a prostituição, a violência. Como tudo o que não se deseja é depositado no “outro”, a sociedade branca constrói uma imagem limpa de si própria.

Ao mesmo tempo, a branquidade, como prática cultural, se fundamenta no silenciamento sobre si mesma, não existindo debate, por exemplo, sobre a repetição dos corpos brancos nos discursos relacionados a sucesso, enquanto, nesses espaços positivos, as pessoas negras permanecem invisibilizadas, como se não fossem agentes da sociedade. Nesse sentido, a branquidade se consolida como condição humana, como uma identidade que marca outras (FERREIRA, 2016).

Nas tentativas de desestabilizar esses mecanismos, precisamos ter em mente o papel das pessoas brancas nos sistemas de discriminação. Afinal, como sinalizou Simone Nogueira (2014, p. 59), a “naturalização” da superioridade branca terá impactos para a humanização dos dois grupos. Segundo ela,

os que se consideram brancos ou são considerados como tal, vivem uma condição ilusória de supervalorização de sua estética e modos de ser, o que gera uma incapacidade ou dificuldade de reconhecer outras possibilidades de ser e viver no mundo, tão humanas quanto as suas. Dessa maneira, não reconhecem a humanidade do Outro e não

¹⁶¹ Maria Aparecida Bento (2014) usa, na verdade, o termo “branquitude”. Porém, como sinalizamos anteriormente, na “Introdução”, preferimos falar em branquidade, já que branquitude pressupõe uma oposição ao termo “negritude”, elaborado em referência a um movimento específico de valorização da identidade negra.

podem reconhecer a sua própria, em outras palavras, não reconhecendo que o Outro pode ser diferente e tão humano quanto a si mesmo, não são capazes de compreender e respeitar que ambos podem ter pertencimentos diferentes. (NOGUEIRA, 2014, p. 59)

Paul Gilroy (2007, p. 33), relembando os pensamentos de Martin Luther King, indicou que “negros e brancos estão presos conjuntamente pelos mecanismos de ‘raça’ que alienam uns aos outros e amputam sua humanidade comum”.

Vale lembrar que os processos jornalísticos não passam imunes aos ideais de extrema valorização de um padrão branco, de modo que sistemas discriminatórios afetam todo um *modus operandi* jornalístico. Segundo expõe Muniz Sodré (2008), o racismo ostentado pelas elites tradicionais desde séculos atrás é reproduzido por meio de uma série de técnicas jornalísticas que o tornam mais sutil e eficaz, inibindo críticas às discriminações.

Para o autor, há um “racismo midiático”, manifestado por diversos fatores (SODRÉ, 2008, p. 23). Entre eles está a negação, em que a mídia tende a negar a existência do racismo, a não ser quando ele aparece como objeto noticioso, como em episódios de conflitos raciais; e o recalçamento, em que a importância das manifestações simbólicas de origem negra é reduzida, diminuindo as contribuições das pessoas negras na música ou na literatura. De acordo com Sodré (2008), há também a estigmatização, como marca da desqualificação ou diferença, ponto de partida de todo o tipo de discriminação; a indiferença profissional, quando a mídia se pauta nos ditames do comércio e da publicidade, dessensibilizando-se em relação aos debates raciais; e a pouca presença de pessoas negras nos espaços de visibilidade. Nesse sentido, então, há uma marginalização progressiva dos negros e negras no país, sob diversas frentes.

As revistas femininas não lidam diretamente com notícias do cotidiano, com os conhecidos relatos de episódios de infração à lei que tendem a depreciar muito mais as pessoas negras e pobres. Porém, as matérias com personalidades negras em destaque, em *Claudia* e *TPM*, podem explicitar algumas problemáticas, especialmente no que se refere à negação do racismo, propagando-se os antigos pressupostos de “democracia racial”, e quanto aos estereótipos relacionados à mulher com tom de pele mais escuro, a ser indicada como ícone de sensualidade.

Desse modo, naquele exemplar de março de 2006 de *Claudia*, Camila Pitanga foi apontada como “talento com sabor de Brasil”, como indicamos, em uma capa cheia de referências à brasilidade, das cores da bandeira no cenário e no título da revista às chamadas sobre “o poder dos orixás”. No interior do exemplar, Camila Pitanga foi sinalizada como “Brasileiríssima” (SANTOS, 2006, p. 84-87). A introdução da matéria propôs: “Pele morena, lábios generosos, corpo curvilíneo, olhos que parecem sorrir; Camila irradia sensualidade com sua beleza meiga e brejeira, 100% *made in Brazil*” (SANTOS, 2006, p. 86).

Figura 71 - “Brasileiríssima”, de *Claudia*.



Fonte: CLAUDIA, mar., 2006, p. 84-85.

Camila Pitanga se autointitula negra – o que é afirmado continuamente na mídia, embora não nessa matéria, especificamente –, porém, neste espaço de *Claudia*, a atriz parece ser associada à figura da “mulata” como aquela mencionada “fórmula de Brasil” tão exportada e conhecida por ser sensual e disponível, afinal, a atriz seria dona de “olhos que parecem sorrir” e de uma “beleza meiga”, de acordo com a matéria.

As referências lembram as análises de Eduardo Duarte (2009, p. 6) que, ao considerar romances brasileiros do século 19, destacou: “a condição de corpo *disponível* vai marcar a figuração literária da mulata [grifos do autor]”. Ou seja, no âmbito da literatura, a “mulata” foi destacada como ícone erótico por excelência, sem razão ou mesmo sem sensibilidade mais acurada, “confinada aos impérios dos sentidos e às artimanhas e trejeitos da sedução” (DUARTE, 2009, p. 6).

A ideia de uma sedução irresistível paira nessa caracterização de Camila Pitanga na matéria de *Claudia*. Na foto principal, a atriz aparece encarando o público, com o cabelo comprido solto e as mãos sobre o colo, sentada com as pernas sobre um sofá verde e diante de uma parede

de cor amarelo-canário, ou seja, uma encenação completa de brasilidade¹⁶². No texto, resgatam-se as personagens interpretadas por ela no cinema e na televisão: “quem não se lembra de seu papel na novela ‘Porto dos Milagres’, onde aparecia tropicalíssima, com a barriga à mostra exibindo sua cinturinha invejável?” (SANTOS, 2006, p. 86).

É possível perceber como se aliam construções comuns em *Claudia*, relacionadas a gênero, com aferições que se referem especificamente ao corpo de Camila Pitanga, remetendo a questões de raça. Assim, a matéria destaca como a atriz vem se tornando mais vaidosa, como cuida da alimentação, faz exercícios físicos, quais são suas medidas de peso e altura. Ao mesmo tempo, afere-se que ela resolveu aceitar o seu “corpo de mulher brasileira”, com cintura fina e quadris largos e prefere o cabelo no seu “ondulado natural”, sem escovas progressivas (SANTOS, 2006, p. 86). Ao tratar da trajetória profissional, o texto menciona que ela fez um curso de teatro aos 12 anos, “saiu de lá com 16, quando conseguiu um papel na minissérie ‘*Sex appeal*’, em 1993. Logo a seguir, estreou na novela ‘Fera Ferida’ e foi apontada como símbolo sexual” (SANTOS, 2006, p. 86). Chama a atenção como Camila Pitanga foi precocemente sexualizada, o que não é digno de questionamento na matéria.

Além disso, os depoimentos do pai, Antônio Pitanga, e do marido à época, Cláudio Peixoto, endossaram as proposições de como Camila é “dedicada” e como desde pequena gostava de crianças. Segundo a matéria, “essa vontade de se dar, de assumir responsabilidades remonta à infância de Camila” pois, quando os pais se separaram, o pai ficou com a guarda dos filhos e “a menina, três anos mais velha do que o irmão, ganhou, com apenas 9 anos, o título de ‘mulher da casa’” (SANTOS, 2006, p. 87). Antônio Pitanga enunciou, em *Claudia*: “Minha filha é minha fortuna e, desde pequena, me fez conhecer a sabedoria feminina. Às vezes, me pergunto: até que ponto eu criei a Camila? Até que ponto ela me criou?” (SANTOS, 2006, p. 87). Portanto, sinaliza-se que desde criança a atriz assumiu as funções de cuidado requeridas por ser “a mulher da casa”, a ponto de o pai se questionar até o quanto ela teria contribuído para a criação dele mesmo.

Há ainda o destaque ao fato da atriz ter morado na comunidade “Morro do Chapéu Mangueira”, no Rio de Janeiro. Embora vivesse em

¹⁶² Outra análise sobre atribuições de brasilidade e “beleza latina” nos espaços de revista é proposta por Daniela Novelli (2016). Nesse trabalho recente, a pesquisadora analisa editorial da edição francesa da revista *Vogue*, propondo um famoso Brasil encarnado pela modelo Roberta Close.

uma casa boa na região – onde residem famílias em situação de vulnerabilidade –, Camila Pitanga afirma como o que viu a “ajudou a fincar os pés no chão” (SANTOS, 2006, p. 86). Segundo expõe, a comunidade era marcada pela solidariedade entre os vizinhos, pela perseverança e pelo bom-humor. “Eles estavam sempre comemorando, fazendo seu churrasco, seu samba e seu *funk*. Era uma forma de reinventar a vida. Coisa nossa: a realidade pode ser dura, mas não se perde a alegria” (SANTOS, 2006, p. 86).

Resgatando Simone Schmidt (2009, p. 801), é preciso lembrar da “centralidade da metáfora contida no encontro entre o senhor e a mulher escrava, a qual se atualiza constantemente numa sociedade como a nossa, tão fortemente marcada por desigualdades raciais e de gênero, e tão sutil na construção de um discurso que o acoberte”. O enfoque e as abordagens da matéria de *Claudia* não deixam de remeter a essas questões, no que parece ser uma re-atualização da configuração colonial, não só pelos indicadores de sensualidade de Camila Pitanga, representando a mulher negra e também a mestiçagem, como ainda pela exaltação dos relatos de como é a vida de um grupo de pessoas tão desprivilegiadas socialmente. Ao mesmo tempo, a menção à alegria e essa insistência em valores da brasilidade ressaltam aquela ideia de um país sem conflitos, tensões ou desigualdades.

3.4.1 A temática racial e Taís Araújo em *Claudia*

Alguns anos depois daquela edição com Camila Pitanga, no exemplar de setembro de 2009 do veículo da Editora Abril, dedicado ao combate ao racismo, a chamada indicou que *Claudia* se juntava à Taís Araújo para “defender a causa” de combate ao racismo, em uma autoafirmação da revista como igualitária. Contudo, o único aspecto que parece denunciar que se trata de uma edição especial sobre a temática racial, além das chamadas da primeira página, é a cor negra da pele da atriz Taís Araújo. O mesmo padrão de figurino, maquiagem e produção, tão conhecido dessa revista, foi mantido também naquela edição. De qualquer modo, no editorial, a então diretora de redação, Marcia Neder (2009, p.10), fala do exemplar como um “manifesto anti-racista” e, para ela, o combate à segregação racial deve ser ensinado aos filhos e ser um legado passado a todos, “sejam brancos, amarelos, vermelhos ou negros” – notamos, então, que Marcia, como figura responsável pelo veículo, assume a postura de porta-voz das mulheres.

A edição especial de *Claudia* elege a visão de celebridades e pessoas famosas para tratar da temática racial. Na matéria de capa, Taís

Araújo é eleita a “Musa da igualdade” (GUDIN, 2009, p. 48-52). A atriz foi a primeira mulher negra a protagonizar uma novela das nove da maior emissora do país. Se as cores alegres do figurino, em poses que simulam passos de dança, parecem esvaziar e quase contradizer a seriedade do tema, o mesmo pode ser dito dos largos sorrisos da atriz, desde a capa. O tom de felicidade, aliado à própria nomenclatura de “musa da igualdade” sugerem um processo de igualdade iminente, se não vigente.

Figura 72 - “Musa da igualdade”, de *Claudia*.



Fonte: CLAUDIA, set., 2009, p. 48.

À época, a atriz já tinha um respeitado currículo na televisão, de modo que “a atuação de Taís começou a derrubar barreiras raciais em 1996, quando, aos 17 anos, protagonizou ‘Xica da Silva’, na extinta TV Manchete” (GUDIN, 2009, p. 50). Taís fala de suas inspirações, como Nelson Mandela. Expõe-se que a atriz sempre cursou escolas boas e caras porque os pais “elegeram como investimento principal a educação dela e da irmã”. Mas foi nesse ambiente que enfrentou um episódio de racismo, quando perguntaram se era a patroa de sua mãe quem pagava a mensalidade escolar. Além disso, nessas escolas só havia pessoas brancas e Taís “treinou cedo suas respostas ao preconceito” (GUDIN, 2009, p. 50).

A matéria segue pontuando que “não é raro ouvir que Taís deu certo – entre tantas outras atrizes negras que tentaram e não atingiram sucesso – porque é uma mulher de sorte. Ela prefere dizer que contou com a mão do destino, a quem ajudou com determinação ferrenha”. Assim, a atriz diz que “se não tivesse trabalhado duro, as coisas não teriam acontecido”, o que o marido, o ator Lázaro Ramos, também negro, corrobora, afirmando que ela “é batalhadora” e “faz por merecer”

(GUDIN, 2009, p. 50). O diretor de novelas Jayme Monjardim lembra que, durante as gravações da novela à época, “Viver a vida”, a atriz “disciplinada acordava às 4 da manhã” (GUDIN, 2009, p. 52). Tanto profissionalismo impressionou o diretor e os colegas, como é exposto na revista.

Chama a atenção, além disso, o tom jocoso com que se trata das questões de peso. Naquela ocasião, por interpretar uma modelo, Taís precisou passar por uma dieta e contou que tinha que se cuidar porque, na família, tem tias e primas com mais de 100 quilos. De acordo com a matéria, nas reuniões familiares, “uma das tias mais fortinhas (140 quilos) está sempre alertando as sobrinhas” de como era magra na juventude, a que se segue a imitação de Taís sobre a fala da tal “tia roliça” (GUDIN, 2009, p. 52). Notamos, então, mais uma vez, um tom de reprovação relacionado às pessoas gordas e a necessidade de controle da ingestão de alimentos, sendo que a matéria com Taís finaliza justamente contando que, no estúdio onde foram tiradas as fotos, ela “devorou” um pedaço de bolo de laranja; “ninguém é de ferro” (GUDIN, 2009, p. 52). Como vemos, categorizações relacionadas a muitas frentes, de gênero e raça, se articulam em um só texto, em máximas que vão se reproduzir em outros momentos, na produção dos estilos de vida e de corpos que os veículos elencam como referenciais.

Por matérias anteriores, sabemos que *Claudia* tende a, além de ressaltar o que comem ou não comem suas entrevistadas, destacar a persistência das personalidades de destaque. No entanto, neste caso, essa insistência, aliada à seleção de falas que atestam a determinação e às colocações como “treinou cedo suas respostas ao preconceito” e “a atuação de Taís começou a derrubar barreiras raciais”, a que se somaria a menção dos pais elegerem a educação como “investimento principal”, sugerem uma ideia de meritocracia, como se apenas com esforço e muito estudo fosse possível superar os preconceitos raciais. E como se o fato de Taís Araújo ainda figurar entre as exceções em espaços de protagonismo em novelas se devesse somente porque outras mulheres negras não foram tão batalhadoras.

Em sua análise sobre a mulher negra na teledramaturgia, Danubia Andrade (2009, p. 138) afirma que se “confere ao sujeito a responsabilidade e a autonomia na construção de suas representações e papéis sociais, garantindo a reconfortante sensação de que essas escolhas se dão livres de quaisquer mecanismos de pressão social”. Considerando as pesadas desigualdades que recaem sobre as pessoas negras, passando pelo tratamento que recebem nas escolas, no setor de saúde, pelas polícias – o que tem sido enunciado em obras como de

Muniz Sodré (2000), entre muitos outros –, e mesmo pela raridade com que aparecem em posições de destaque positivo na mídia, é possível considerar como essa supervalorização do esforço de Taís Araújo, na verdade, remete a uma falácia. Ainda mais porque, como Kabengele Munanga (1996) observou, mesmo quando atingem boas colocações profissionais, as pessoas negras ganham salários inferiores¹⁶³.

O fato de estar fora das telas é algo que vai muito além do nível de determinação que alguma mulher negra possa ter, referindo-se bem mais ao ideal de branqueamento, à hegemonia da branquidade, ao passado histórico e aos preconceitos que, de um jeito ou de outro, contribuem para uma posição desprivilegiada dos brasileiros negros, como temos pontuado.

Tendo isso em vista, sabemos que raça é inevitavelmente vivida e experimentada pelo corpo (ALI, 2004) e, se discriminações levam em conta os traços corporais, também os mecanismos de aceitação social consideram aspectos que remetem à branquidade. Portanto, nos questionamos se, afinal, as características físicas de Taís, que tem nariz e lábios mais finos, não teriam contribuído em alguma medida para que tivesse espaço na mídia.

Vale observar que a matéria conta com um breve quadro, com informações de como a atriz faz para cuidar do cabelo. De acordo com esse quadro, Taís Araújo prefere os cabelos “cacheados”, pois são “o seu melhor retrato” (GUDIN, 2009, p. 52). Na verdade, a própria denominação de “cacheados” parece ser um subterfúgio para evitar o uso de termos como crespo ou afro que, como expõem Nilma Gomes (2008) são um grande aspecto identitário das mulheres negras. Na prática, então, invisibiliza-se mais esse traço corporal das mulheres negras, o que também observamos nas análises das capas das revistas impressas e mesmo nas fotos das matérias em que Taís Araújo aparece com as madeixas alisadas ou modeladas por *baby liss*. Ora, no país que discrimina as pessoas negras em tantas esferas, parece fazer sentido elencar como uma das poucas mulheres negras da televisão, e da revista, uma mulher negra de nariz mais fino e cabelos “cacheados”. Ao mesmo tempo, a presença de Taís no magazine, como mulher negra, poderia

¹⁶³ Lia Schucman (2014, p. 121) complementa que o Relatório Anual das Desigualdades Raciais, de 2007 e 2008, apontou que brasileiros brancos vivem em uma versão de Brasil com Índice de Desenvolvimento Humano equivalente à 44ª melhor posição no mundo, enquanto brasileiros negros em outra versão, onde o IDH é equivalente à 104ª posição.

conferir uma certa tônica de representatividade, como se todas as mulheres tivessem espaço garantido nas páginas, de maneira igualitária.

Ao debaterem os lugares da mulher negra na publicidade brasileira, Rafael Winch e Giane Escobar (2012) destacam justamente que quanto mais traços brancos a modelo, atriz ou atleta possuir, mais chances terá de ser convidada para estrelar uma campanha publicitária relacionada a estética e beleza. Isso sem falar ainda dos anúncios que constantemente colocam a mulher de pele escura em segundo plano, omitem sua existência ou apresentam-na em posições estereotipadas¹⁶⁴, como também debatem os autores.

De qualquer maneira, sob a marca de “*Claudia defende essa causa*” e o título “*Pelo fim do racismo!*” (GUDIN, 2009, p. 56-64), a revista propõe um manifesto, com personalidades negras fazendo breves colocações sobre discriminação, pois era “urgente” colocar fim “a esse sentimento selvagem que impede o avanço do país e da humanidade” (GUDIN, 2009, p. 56). Ao elencar pessoas negras famosas, de vários setores, prevalece a ideia da meritocracia, como se oportunidades fossem concedidas para pessoas brancas e negras de maneira igualitária e como se aqueles que fossem esforçados, obrigatoriamente, conquistariam sucesso.

Figura 73 - “Pelo fim do racismo!”, de *Claudia*.



Fonte: CLAUDIA, set., 2009, p. 56-57.

¹⁶⁴ Como relatamos, em outubro de 2005, *TPM*, inclusive, destacou Lázaro Ramos, sob a chamada “Não vai comprar porque ele é negro?”, questionando o porquê de ele não ser chamado para campanhas publicitárias mesmo sendo um ator de sucesso.

Na verdade, um exercício de equivalência poderia dar a dimensão do desequilíbrio quanto a oportunidades e representatividade na atualidade. Uma lista com depoimentos de celebridades brancas, como essa proposta por *Claudia*, seria simplesmente inconcebível, considerando a avalanche de personalidades de pele clara. Por esses direcionamentos, é possível perceber como uma fatia da população que, no Brasil, é maioria em número, ainda é configurada como minoria no que se refere a possibilidades de ação nos espaços sociais.

Aquela edição sinalizou, no entanto, que o racismo é um obstáculo e que “os descendentes dos escravos não são livres social e economicamente” (GUDIN, 2009, p. 56), trazendo 24 depoimentos de um parágrafo, em média, de brasileiros e estrangeiros, conhecidos pelo grande público. Destes, 14 aparecem também em fotos. Entre os maiores depoimentos, estão o do então presidente norte-americano Barack Obama que, em trecho reproduzido de sua autobiografia¹⁶⁵, destaca “pequenos insultos” recebidos ao longo de seus então 45 anos: “seguranças me segurando quando entro em lojas de departamento, casais brancos que me jogam a chave de seus carros quando estou esperando pelo *valet*, carros de polícia que me param por nenhuma razão aparente... [...]” (GUDIN, 2009, p. 56). Já o ator Lázaro Ramos expôs: “Sobre racismo, eu prefiro me calar. Às vezes, não falar é levantar uma bandeira” (GUDIN, 2009, p. 58).

Há também o depoimento de Sueli Carneiro, pesquisadora e ativista do Geledés, Instituto da Mulher Negra, que explica que “à medida que se abrem as possibilidades para mulheres, são as brancas as privilegiadas” (GUDIN, 2009, p. 56), e ainda trecho recuperado de discurso de Martin Luther King, falando de seu repúdio de “os negros ainda definharem à beira da sociedade americana” (GUDIN, 2009, p. 58). Da apresentadora norte-americana Oprah Winfrey, a revista destacou: “lamento que minha avó não tenha sobrevivido para ver os brancos gentis que trabalham para mim” (GUDIN, 2009, p. 60); e do cantor brasileiro Tony Garrido: “De certa forma, nós, artistas, temos escudo contra as vergonhas e os horrores nojentos do racismo, o que não significa que não sofremos com a grosseria no trato com outros negros” (GUDIN, 2009, p. 64).

Portanto, a revista é capaz de oferecer uma certa introdução à temática, complementada pelo quadro “De onde vem?” (NEGRÃO, 2009, p. 60), explicando, de forma breve, as origens do racismo, dos

¹⁶⁵ OBAMA, Barack. *A audácia da esperança*. São Paulo: Editora Larousse, 2007.

tratados científicos que propunham a diferenciação de raças no século 18 até a lei brasileira de 1989 que tornou o racismo crime inafiançável e sujeito à prisão. Para o quadro, são entrevistados diversos especialistas, a exemplo de Kabengele Munanga.

Porém, a menção ao fim do racismo, no total, fica restrita a 13 páginas seguidas¹⁶⁶ das 226 páginas totais do exemplar em questão. Depois disso, a revista segue com os assuntos abordados em todas as edições, como editoriais de moda, sugestões de maquiagem, de viagem, dicas de como cuidar dos filhos, de bichos de estimação, etc. A força da proposta é enfraquecida também quando olhamos para o restante da revista que, após o especial, volta a destacar apenas mulheres brancas, inclusive no ensaio fotográfico de moda – naquele exemplar, não foi encontrada uma outra mulher negra fora do mencionado especial. Depois desse exemplar de 2009, Camila Pitanga esteve na capa em abril de 2010, sendo seguida por um hiato de mulheres negras na primeira página, interrompido por Taís Araújo somente no exemplar de agosto de 2012 de *Claudia*.

Como aferiu Grada Kilomba, em entrevista (FERREIRA, 2016, p. 14), ouvir remete também a um ato de autorização para quem fala, já que o ato de falar pressupõe que alguém está ouvindo. Gayatri Spivak (2010) debateu anteriormente, na década de 1980, sobre os subalternos que, permanentemente silenciados, são excluídos de mercados ou de representação política e legal, ficando de fora de qualquer possibilidade de pertencerem aos estratos dominantes. Portanto, problematizar a representatividade das mulheres negras em revista pode contribuir para que percam esse caráter de subalternidade e para que, de fato, sejam compreendidas como pertencentes à categoria de mulheres, enfim, para que também tenham espaço – garantido, não esporádico – para se fazerem representar com frequência.

Voltando, então, ao *corpus* de análise, se durante o período considerado *Claudia* não trouxe outra edição propondo uma discussão sobre o racismo, a menção à questão racial foi ignorada mesmo em matéria mais recente com Taís Araújo, em exemplar de 2012. Em “Taís” (NEGREIROS, 2012, p. 140-144), a celebridade aparece, em uma das imagens, em plano aberto, encarando o público, sorrindo, com as mãos nos bolsos de um terninho social amarelo e os cabelos longos trabalhados em cachos que parecem se movimentar ao vento. Em outra imagem, há o plano médio, com a atriz sentada no chão, dando uma gargalhada.

¹⁶⁶ Nessa contagem, foram excluídas as páginas de anúncio entre as matérias.

Figura 74 - “Taís”, de *Claudia*.

Fonte: CLAUDIA, ago., 2012, p. 142-143.

Na ocasião, Taís novamente figurava o time de protagonistas de uma novela e estava “mais madura” e sem “ilusões românticas com a vida” e, “até por isso, se sente mais feliz” (NEGREIROS, 2012, p. 140). Com um tom de intimidade que sugere aproximação com a leitora, a revista destaca que, no dia da entrevista, Taís estava com o cabelo “com um esquisito tom acobreado, que lembra refrigerante de laranja” (NEGREIROS, 2012, p. 142), como parte do processo de transformação dos fios para a nova personagem da novela – quando as fotos da matéria foram feitas, no entanto, o cabelo já estava em um castanho acobreado mais usual. Em seguida, *Claudia* seguiu suas conhecidas abordagens sobre maternidade e vida pessoal no direcionamento das perguntas. Assim, destaca-se a saudade que Taís sentia, no dia a dia, do filho João Vicente, então com um ano, porque “desde que o bebê nasceu, Taís ingressou no grupo das mulheres que trabalham, têm filhos e se contorcem para dar conta de tudo e não sucumbir à culpa” (NEGREIROS, 2012, p. 142).

A celebridade falou ainda sobre amamentação, sobre o parto e sobre como aceitava mais o corpo, após a maternidade. Ao tratar de seu papel na novela, em que seria uma empregada doméstica, Taís faz uma crítica ao país. Diante dessa postura, segue-se a única pergunta de política, sobre o que achava da então presidente Dilma Rousseff, a que se seguem elogios da atriz. Mas, em seguida a essas observações, o questionamento seguinte indica um salto para se retomar o conhecido direcionamento: “e aquele clichê de que nasce a mãe junto com o bebê? Você não respondeu”, remetendo a uma interrogação do início da

entrevista, sobre se ela concordava com essa máxima (NEGREIROS, 2012, p. 144).

A revista segue, portanto, as suas conhecidas fórmulas de entrevista, distanciando Taís de discussões sobre racismo ou da menção a suas experiências relacionadas a essa temática. Mais do que isso, ela é esvaziada do título de “musa da igualdade”, conferido a ela três anos antes.

Seria, de fato, importante que as mulheres negras a exemplo de Taís aparecessem sob diversas perspectivas e enfoques no veículo, e não apenas a partir do preconceito que sofrem, o que poderia confiná-las em um lugar de subalternidade. Afinal, mulheres brancas estão em editoriais de moda, em matérias sobre como cuidar dos filhos, do corpo, ao mesmo tempo em que é problematizado o seu salário inferior em relação aos homens e o peso sobre si de convenções sociais como o casamento, entre outros aspectos. Faria sentido que as mulheres negras estivessem igualitariamente nesse *hall* variado de abordagens.

Mas não pode haver uma invisibilização das diferentes experiências e perspectivas intrínsecas aos diferentes grupos de mulheres. O que ocorre é que em *Claudia* as mulheres negras são exceção e mesmo nesse momento em que uma mulher negra é a celebridade de destaque, o silenciamento sobre seu pertencimento racial ou sobre o racismo de um modo geral tende a permanecer. Fora a cor da pele de Taís nas imagens, não há nada que distingue essa última matéria de outra com a atriz Flávia Alessandra ou Grazi Massafera, por exemplo.

E é a aceitação de si mesma e a necessidade de “abrir mais espaço na agenda” para curtir o filho de um ano – mesmo que para isso precise deixar de malhar – que foram os aspectos enumerados sobre Taís no editorial daquela edição (MAGESTE, 2012, p. 30). Pela recorrência desses enfoques é que o racismo, como problema social, acaba sendo negado, invisibilizado¹⁶⁷, ao mesmo tempo em que se consolidam os espaços de privilégios para a branquidade.

¹⁶⁷ Vale pontuar, no entanto, que, a partir de 2017, *Claudia* passou a contar com coluna assinada por Alexandra Loras. Ex-consulesa da França no Brasil, a jornalista negra teria como currículo na revista “mestrada em Gestão de Mídia pela *Sciences Po*, influenciadora e palestrante em raça, gênero e diversidade”. A coluna parece ser um esforço no sentido de garantir a abordagem de questões raciais mensalmente na publicação, revelando um avanço recente, nesse sentido.

3.4.2 A temática racial e Taís Araújo em *TPM*

Poucos meses antes de estar em *Claudia*, Taís foi protagonista de *TPM* e personagem da matéria, quase homônima à anteriormente analisada, “Muito mais Taís” (LEÃO, 2011, p. 44-51). Em uma das imagens que integraram a matéria, a atriz esconde os olhos com os cabelos, que aparecem mais volumosos, puxados para frente. Em outra imagem, ela os puxa para trás, expondo mais o rosto. A sequência transmite a ideia de que ela está se expondo, evidenciando como é, ou ainda, “mostrando a cara”, em um trocadilho com a linguagem popular. Vale acrescentar que os cabelos crespos, que parecem bem mais naturais do que os cachos típicos de *baby liss* de *Claudia*, são um grande foco das imagens, aparecendo volumosos também nas duas fotos seguintes, em que ela aparece com um sorriso, em tom de brincadeira apontando o dedo para o espectador, e em outra, em que posa séria.

Figura 75 - Matéria “Muito mais Taís”, de *TPM*.



Fonte: TPM, dez., 2011, p. 44-45.

De todo o modo, *TPM* enuncia, na apresentação, que Taís está “mais velha, com alguns quilos a mais e bem mais ocupada” e se, para muitas mulheres isso “poderia ser a visão do inferno”, no caso dela, era “sinônimo de crescimento e transformação” (LEÃO, 2011, p. 44). Portanto, há aproximações com *Claudia* no que se refere à delimitação da celebridade como referência também de realização pessoal, ao mesmo tempo em que se fala dessa aparente permissão de Taís consigo mesma sobre seu aumento de peso – e, coincidentemente ou não, nesta edição de *TPM*, todas as imagens com a atriz são em plano fechado,

mostrando muito pouco de seu corpo, coberto também por uma jaqueta *jeans* quase fechada na maioria das fotos.

No quesito vida pessoal, então, a atriz diz não querer fazer dieta, apesar de estar com cinco quilos a mais do que costumava ter. Emocionalmente, se considerava mais amadurecida e “verdadeira” (LEÃO, 2011, p. 46). *TPM* igualmente destaca que Taís foi a “primeira protagonista negra do horário nobre da TV brasileira” e, desde adolescente, “decidiu não ser escrava do secador e assumir o cabelo crespo” (LEÃO, 2011, p. 46). Casada com “outro batalhador”, Lázaro Ramos – notamos, portanto, referência similar à de *Claudia*, destacando o fator determinação –, na ocasião, era a primeira vez que ela “sairia do casulo” após o nascimento do primeiro filho, em junho daquele ano (LEÃO, 2011, p. 46).

A matéria expõe o gosto de Taís Araújo por sala de aula e como, mesmo nesses ambientes, enfrentou discriminações mais claras, como um colega supondo que era filha de uma empregada – episódio também relatado em *Claudia* –, e mais veladas, como o fato de ninguém querer namorá-la, na escola carioca onde era a única negra. Por isso, “sem melindrar, resolveu ser de fato gente fina e amiga de todo mundo” (LEÃO, 2011, p. 48).

Detalha-se seu percurso profissional, passando da carreira de modelo fotográfica para a atuação em “Xica da Silva”, da emissora Manchete, em 1996. Taís Araújo conta como foi intensamente erotizada à época da novela, inclusive em campanhas em jornais, que faziam uma contagem regressiva para seu aniversário de 18 anos. À época, segundo *TPM*, o diretor Walter Avancini se defendeu, afirmando, para a *Folha de S. Paulo*, depois da atriz se negar a gravar uma cena de sexo anal: “Seria ingênuo pensar que uma mulher negra, no garimpo, atraísse o homem mais rico do momento sem passar pela cama” (LEÃO, 2011, p. 48). De acordo com a matéria, Taís Araújo sofreu ainda outras críticas ferrenhas do diretor mas, no ano seguinte, foi para a Globo. Nesta emissora, passou por diversas novelas, além de atuar no cinema.

Não é difícil perceber como a trajetória de Taís foi marcada por preconceitos, o que notamos até pelos seus papéis nas novelas, indo da escrava à vendedora Preta, protagonista de “A cor do pecado” – reiterando a associação entre mulheres negras e pecado –, passando pela personagem de empregada doméstica, que assumiria à época da entrevista. Embora sejam papéis de protagonismo, só essas personagens concedidas às atrizes negras já mereceriam debates à parte.

Segundo pontua Danubia de Andrade (2009, p. 147), muitas telenovelas, com a justificativa de “reproduzir” a realidade, confinam as

mulheres negras nos papéis de empregadas domésticas, vinculando identidade feminina negra à invisibilidade das escravas da casa-grande¹⁶⁸. Na verdade, como havia destacado Joel Zito Araújo (1996, p. 247), especialmente no universo da televisão, os negros veem negada sua história, seus desejos, seus sentimentos, aparecendo somente “na perspectiva que os mitos brancos têm de sua realidade e das suas experiências e nas percepções e imperativos econômicos dos produtores e patrocinadores brancos”.

A matéria de *TPM* tem como grande mérito, então, evidenciar relatos diferenciados de Taís Araújo, destacando os aspectos de sua vida e de sua trajetória, como mulher negra. Nesse sentido, notamos como mesmo tendo como foco a mesma personagem de *Claudia*, e praticamente no mesmo período, *TPM* não silencia quanto a posições de sujeito, ocupadas por Taís.

3.4.3 Porque “ser negra no Brasil é (muito) foda”

Partindo para outras comparações, a aura alegre da capa da edição de *Claudia* de 2009, protagonizada também por Taís Araújo, naquele volumoso vestido rosa, propondo o debate sobre o racismo, contrapõe-se de forma contundente à capa do exemplar de abril de 2014 de *TPM*, com temática similar. Nesta, a atriz Juliana Alves aparece toda de preto, com expressão séria, acompanhada pela frase “ser negra no Brasil é (muito) f*da”¹⁶⁹. *TPM* enuncia, desde a primeira página, que iria trazer 50 mulheres, discutindo o que é “enfrentar o racismo e o machismo ao mesmo tempo” (TPM, abr., 2014).

O editorial, assinado por Fernando Luna (2014, p. 6), traz estatísticas que comprovam as desigualdades sociais enfrentadas pelas mulheres negras, tanto no quesito gênero como no quesito raça, e revela que “só existe uma coisa mais desafiadora do que ser negro no Brasil: ser negra”, e que elas “costumam nascer diante de um Himalaia de

¹⁶⁸ Lúcia Coutinho (2008) também debate sobre questões de identidade e representação da mulher negra na televisão.

¹⁶⁹ A revista traz duas capas diferentes nesta edição: uma focada no rosto da atriz Juliana Alves e outra que mostra o corpo inteiro da personalidade. As duas capas mantêm o caráter de seriedade da abordagem, a começar pela postura da celebridade, que não sorri. No mesmo mês, a versão masculina do magazine, *Trip*, trouxe o lutador Anderson Silva na primeira página, acompanhado pela frase: “ser negro no Brasil é f*da”. Na edição masculina, 70 pessoas, na maioria homens, deram seus depoimentos sobre como o país é racista.

desigualdades históricas”. Citando ainda trechos de música, de obras literárias e aspectos da história, o editorial pontua que “a tal democracia racial brasileira é para inglês ver” e questiona “até quando?” (LUNA, 2014, p. 6). Se *Claudia* disse defender a causa do combate ao racismo naquele exemplar de 2009, *TPM* parece intentar expor que sempre foi representativa no âmbito racial, de modo que, no fundo do editorial, aparecem capas da revista que foram protagonizadas por personalidades negras.

Abriendo o especial, “Ser negra no Brasil é (muito) foda” (TPM, abr., 2014, p. 38-69), que abarcou uma série de matérias, estava a foto da sobrinha da atriz Juliana Alves, Lara, de 9 anos, com a explicação: “[queremos que] Lara possa ser o que quiser na vida, sem tanto sofrimento” (TPM, abr., 2014, p. 39). Em imagem em preto e branco, Lara aparece séria, encarando o público, sem maquiagem, com os cabelos afro soltos, aparentemente sem alisamentos ou penteados.

Figura 76 - Especial “Ser negra no Brasil é (muito) foda”, de *TPM*.



Fonte: TPM, abr., 2014, p. 38-39.

Em seguida, veio o depoimento de Juliana de uma página, em primeira pessoa, sob o título “Vontade de mudar” (TPM, abr., 2014, p. 40-41), acompanhado de imagem similar à capa, em que ela aparece séria, em plano aberto, encarando a câmera. No texto, Juliana conta episódios de racismo sofridos por ela e pelas sobrinhas pequenas e como vê o próprio trabalho de atriz como um ato político, destacando a importância da visibilidade. O tom aprofundado da discussão se estende a uma série de confissões e impressões em matérias seguintes, de pessoas comuns e personalidades. Chama atenção o fato de, neste exemplar, os espaços serem concedidos prioritariamente para os relatos,

reduzindo as intervenções das jornalistas da revista, que tendem a se restringir mais a um trabalho de edição.

Esse tipo de construção acaba endossando o caráter impactante das exposições. Em “Pra cima deles” (TPM, abr., 2014, p. 45), por exemplo, a cantora Ellen Oléria destacou que sempre sofreu discriminações explícitas por ser negra e o modo como vê a si mesma como intersecção de processos discriminatórios, por ser mulher, negra, gorda e lésbica. Da série de depoimentos, a única que não relata discriminações enfrentadas é Elisa Freitas que, à época, tinha sido eleita Miss Santa Catarina e disse, em “Sem bandeiras” (TPM, 2014, p. 44), nunca ter sofrido preconceito.

Seja como for, embora as confissões de mulheres negras sejam a maioria, também houve espaço para relatos como da apresentadora de TV, branca, Astrid Fontenelle, contando como reagiu quando uma criança loira foi racista com seu filho, que é negro, em “O que fazer diante do racismo?” (TPM, abr., 2014, p. 42).

Enfim, os depoimentos foram de Sueli Carneiro, a mencionada pesquisadora, ativista e uma das fundadoras do Geledés – Instituto da Mulher Negra, em “Consciência política” (TPM, abr., 2014, p. 59), à mãe do rapper Emicida, Jacira Roque de Oliveira que contou, em “Mamãe coragem” (TPM, abr., 2014, p. 48), que um dos maiores traumas que teve na vida foi na escola, onde “ensinaram que, por ser negra, ela era pior que os outros”. A consulesa da França no Brasil à época, Alexandra Loras, também relatou, em “Um outro ideal de beleza” (TPM, abr., 2014, p. 56): “quando vou em algum jantar, sinto as *socialites* me farejando, sem entender como e por que eu estou ali”.

A participação do público ficou garantida em espaços como “Qual é a sua cor” (TPM, abr., 2014, p. 50-51), em que leitoras enviaram seus retratos, que foram publicados, acompanhados de suas autodenominações quanto à raça. Além da mencionada entrevista com a artista Adriana Varejão – que, embora branca, estava à frente de uma exposição discutindo a miscigenação no Brasil –, aquela edição trouxe ainda algumas matérias, como “Cabelo, cabeleira, cabeluda”, com cabeleireiras especializadas em cabelos afro, e “Negro demais” (CORTÊZ, 2014, p. 62-69), com o modelo Alexandre Cerqueira, filho de uma brasileira com um africano, que falou sobre racismo na moda e sobre a sua trajetória de vida pessoal e profissional, além de protagonizar o ensaio sensual daquele exemplar. O racismo no meio da moda foi abordado, inclusive, em depoimento da modelo internacional negra Samira Carvalho, afirmando, no texto intitulado “Cisne negro”

(TPM, abr., 2014, p. 60): “Todas as vezes em que via um desfile, só tinha mulheres brancas e loiras. Como poderia me achar bonita?”.

A temática racial foi abordada, de maneira seguida, da página 38 à 69¹⁷⁰, de um total de 98 desse exemplar. Mas, como vemos, os holofotes para as personalidades negras perpassaram toda a edição. Assim, a atriz negra Mariana Nunes deu suas dicas de produtos de beleza, em “Beleza candanga” (TPM, abr., 2014, p. 82) e, na seção de “Moda”, a matéria “Afromania” (HAMA, Lia, abr., 2014, p. 37) destacou, de maneira breve, “cores, grafismos e muito estilo” que “marcam a moda inspirada na África”. Até a seção “Badulaque” (LEMONS, abr., 2014, p. 87-92) daquele mês, conhecida por notas irônicas e bem-humoradas sobre temas em voga, colocou em xeque a máxima de que não existe racismo no Brasil, trazendo um manifesto criticando os termos evasivos às palavras “preta” e “negra” – como se ser negra fosse algo negativo –, além de questionar o racismo no setor humorístico desde a década de 1970.

Porém, precisamos pontuar que a lombada daquela edição de *TPM* enunciou “Morena bem chegada”, no que igualmente lembrou um subterfúgio à palavra “negra”. De todo modo, o calcanhar de Aquiles desta edição pareceu ser, de fato, o editorial de moda. Se, por um lado, em mais de um momento o racismo e as dificuldades de inserção de modelos negros no universo da moda foram problematizados naquele mês, por outro, foi uma modelo branca, de olhos claros, magra e de cabelos lisos castanho-claro quem protagonizou o editorial “Esporte e fino” (TPM, abr., 2014, p. 77), com figurinos em alta.

Não se trata de defender que apenas pessoas negras apareçam no exemplar, mas sim de chamar atenção para o fato de que mesmo nesta edição temática que prevê a exaltação de personagens negras de várias áreas é possível observar como a branquidade está consolidada em determinadas posições de destaque. Quando se trata dos magazines, as modelos brancas são presença garantida nos editoriais de moda, e isso não foi diferente na edição de *TPM*.

Mesmo assim, é inegável que *TPM* possibilita, naquele mês, uma abordagem variada sobre a temática racial, em direcionamentos que não costumam aparecer nesse tipo de plataforma. Mas, é preciso pontuar que é a frequência das pessoas negras como protagonistas, personagens de matérias, ocupando espaços de destaque, não apenas sobre racismo, mas sobre diversos assuntos e sob o ponto de vista de suas variadas experiências, que pode garantir representatividade em termos mais

¹⁷⁰ Não há anúncios entre essas páginas.

igualitários. Afinal, o preconceito que sofrem não pode ser a única via de abordagem, como um caminho de legitimação para a sua exposição esporádica.

Luiz Augusto Campos e João Feres Júnior (2015), tratando da representatividade de negros em novelas da Rede Globo, perceberam, em dados momentos, esforços intencionais da emissora em produzir peças televisivas mais diversas, mas que acabavam se restringindo apenas a momentos específicos e pontuais, e é isso o que não pode ocorrer, considerando também o universo de revistas. Além disso, a posição ocupada pelo sujeito, seja racial, de classe, de gênero, não pode associá-lo à vitimização, sob pena de se cair justamente na postura ideológica imperialista que se critica e na qual o homem, branco, heterossexual, tem lugar privilegiado e é apontado como único detentor de poder.

Para Sandra Almeida (2013, on-line),

a subalternidade, como operador crítico, não pode nem resvalar para um discurso vitimizante, nem se tornar uma figura fetichizada e exotizada para um suposto consumo, posto que não há qualquer valor em se congelar o sujeito subalterno nesse espaço excludente e destituído de possibilidade de poder e agenciamento ou entregar nas mãos de outrem [...] o destino a ele reservado.

Assim, é a garantia de espaços para as pessoas negras e, especialmente, para as mulheres negras como protagonistas, e de forma constante, que pode contribuir para que não caiam em uma vitimização ou subalternidade.

Isildinha Baptista Nogueira (1998) afirmou que, em função do passado histórico, o corpo negro foi desumanizado, o que se fundamentou como um obstáculo para a construção da individualidade social das pessoas negras. Por essa lógica, o corpo negro tornou-se a marca que exclui de atributos morais e intelectuais associados às pessoas brancas. Nesse sentido, como explica a autora, as pessoas negras integraram a exterioridade social, havendo um bloqueio na possibilidade de identificação com os outros, brancos, que seriam indivíduos sociais plenos.

Podemos admitir que essa lógica de desumanização por vezes se reatualiza nos discursos do século 21, especialmente por meio da evocação a estereótipos e da invisibilização das pessoas negras, mesmo

nos canais de comunicação que se propõem como mais modernos, mais libertários, mesmo nas plataformas de grande alcance voltadas à entretenimento e bem-estar. Se esses mecanismos vêm sendo sistematicamente repetidos, também deve ser contínua uma postura crítica frente ao que é proposto. E, se houve um processo de desumanização, que custa a se dissipar, pode igualmente haver um processo inverso, visando à garantia de lugares de visibilidade e de privilégio também para as pessoas negras. Admitimos que a apresentação de personagens negras e a preocupação com representatividade nos espaços midiáticos podem, afinal, contribuir nesse sentido.

4 REVISTA *AZMINA*: POSSIBILIDADES HETEROTÓPICAS FEMINISTAS

4.1 UMA PUBLICAÇÃO PARA MULHERES DE “A A Z”

Lançada em agosto de 2015, exclusivamente na rede, *AzMina* disponibiliza gratuitamente todos os seus conteúdos. A revista foi criada pela jornalista Nana Queiroz¹⁷¹, que desejava trabalhar em uma redação feminista e tinha a intenção de “dar um pouco de voz para o lado negligenciado pela imprensa em geral¹⁷²” (QUEIROZ, 2017b). À época do lançamento, Nana Queiroz, que assumiu como diretora de redação do veículo on-line, afirmou que “as revistas tradicionais fazem com que as leitoras se sintam feias, inadequadas e presas no corpo errado¹⁷³” (O GLOBO, 2015). Na ocasião, ela disse que chegou a pensar que tais conteúdos mais conhecidos, com as famosas sugestões de dietas, eram o que as mulheres brasileiras queriam ler, até que percebeu o engajamento do público nas campanhas de protestos feministas nas redes sociais. Segundo ela, foi quando notou que as mulheres, de fato, queriam matérias diversas e críticas, mas faltava oferta, o que serviu como mote para a criação de *AzMina*.

O magazine almeja trazer, então, grandes reportagens e mostrar mulheres de diversos perfis. A revista é uma das iniciativas da organização de mesmo nome que, sem fins lucrativos¹⁷⁴, tem como

¹⁷¹ Além de jornalista, Nana Queiroz é escritora e diretora de redação de *AzMina*. De acordo com o site de *AzMina* (2017), ela é autora dos livros *Você já é feminista: abra este livro e descubra o porquê* e *Presos que Menstruam*, além de roteirista do filme de mesmo nome que está em produção, e foi criadora do protesto on-line “Eu Não Mereço Ser Estuprada”. Como foi referido no tópico “As revistas ‘femininas’”, o protesto surgiu a partir da divulgação de pesquisa do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada de 2014, que apontou que uma parcela dos entrevistados atribuiu os casos de estupro ao comportamento das mulheres.

¹⁷² Em entrevista, Nana Queiroz (2017b) diz que espera que o feminismo seja incorporado nas consciências de tal maneira, na sociedade, que a revista possa deixar de existir.

¹⁷³ De acordo com o que expusemos em “As revistas feministas on-line e *AzMina*”, no primeiro capítulo, Nana Queiroz foi entrevistada para a matéria “Publicação digital *AzMina* quer reformular o conceito de revista feminina”, do Jornal *O Globo*, em setembro de 2015.

¹⁷⁴ A ideia da organização foi viabilizada graças a um financiamento coletivo que contou, inclusive, com personalidades do meio artístico, como o escritor Gregório Duvivier e a cartunista Laerte.

missão “usar a informação e a educação para promover a justiça de gênero e combater qualquer tipo de preconceito que atrapalhe as mulheres” (AZMINA, 2017). Entre as ações previstas estão também projetos de conscientização, palestras e consultorias, sobre assuntos relacionados aos direitos das mulheres, que são realizados em empresas, organizações, universidades e etc. Contudo, um dos focos principais tem sido mesmo a revista, que almeja trazer vários perfis de mulher, “mulheres de A a Z”. Voltada ao “jornalismo investigativo acessível, de qualidade e sem rabo preso com anunciantes”, na publicação haveria espaço para “todos os tipos de beleza, rostos e formas” (AZMINA, 2017).

Pontuamos que, como *AzMina* existe há pouco tempo, ainda não é possível saber o grau de sua consolidação. Além disso, as matérias do site tendem a ser menores do que aquelas dos meios impressos, o que inviabiliza comparações aprofundadas com *Claudia* ou *TPM* – que carregam, inclusive, um histórico de publicações –, e justifica o fato de estas discussões serem mais breves. Comparando com as plataformas hegemônicas, sabemos também que o alcance de *AzMina* é menor, afinal, o título beira os dois anos de existência. Assim, enquanto, em novembro de 2016, por exemplo, a página do *Facebook* de *TPM* contava com 187,8 mil curtidas, e *Claudia* com 1,5 milhão de seguidores, a revista *AzMina* atingia modestas 79,6 mil curtidas. Mas precisamos considerar a progressão de crescimento de *AzMina*. Da mesma maneira, precisamos considerar que há um contexto social que favorece para que, afinal, ela tenha surgido e se mantenha até 2017.

Dessa forma, vale investigar o que vem sendo proposto por *AzMina*, considerando especialmente 12 matérias¹⁷⁵ publicadas entre

¹⁷⁵ De acordo com o que foi previamente indicado, na “Introdução”, as matérias consideradas mais atentamente foram: “Piriguete, sim!” (BOWIE, 2015b); “Sem prazer? A culpa é do machismo!” (FURQUIM, 2015); “Enquanto sexo for ‘coisa de homem’ não vamos acabar com a AIDS, afirmam especialistas” (BERTHO, 2016a); “As 11 séries mais feministas de 2016” (BERTHO, 2016b); “Semeando gente: como são criadas as crianças indígenas” (DREHER, 2016); “Descendentes de rainhas: uma marca para as negras” (LISBOA, 2016); “Nunca quis ter um filho”. Dizem mais e mais brasileiras” (LUNA, 2016); “Mulheres que fizeram história no esporte em 2016” (MENDONÇA, 2016); “Manual prático para ex-maridos sobre como não ser um idiota machista” (PUGLIA, 2016); “Dar cu é bom?” (VICENTIN, 2016); “Brancas com descendência negra: mães adotivas aprendem a lidar com o racismo” (FOLEGO, 2017); “Quem são as mulheres citadas no escândalo da JBS” (MONTEATH, 2017).

2015 e 2017, sem deixar de levar em conta outros conteúdos que se fizerem relevantes para os debates. Afinal, a partir de suas próprias intenções, podemos supor que *AzMin*a indica novas possibilidades de discursos voltados para as mulheres. Porém, além disso, *AzMin*a parece despontar como uma plataforma heterotópica, com base no conceito de heterotopia de Michel Foucault (1984; 2001), ou mesmo como plataforma heterotópica feminista, nos termos de Tânia Navarro Swain (2003), como verificaremos a seguir com mais atenção.

4.2 O CONCEITO DE HETEROTOPIA

Margareth Rago (2014) afirma que associações entre os trabalhos de Michel Foucault e os pensamentos feministas podem ajudar para “novas formas de pensar serem criadas, denunciando as relações de poder constitutivas dos saberes dominantes e abrindo espaços para a imaginação criativa”. Afinal, como atesta Rago (2014, on-line):

Lutar contra a violência que sofrem as mulheres significa, a meu ver, não apenas enfrentar situações palpáveis como o estupro, a violência doméstica, a inferiorização, a humilhação e a exclusão física das mulheres, mas enfrentá-las também no plano simbólico e do imaginário social, transformando as formas misóginas e sexistas de pensar que hierarquizam o mundo e produzem regimes de verdade autoritários e excludentes.

Na intenção, então, de lançar mão das ferramentas propostas pela obra do autor francês, aliando-as com as discussões feministas¹⁷⁶, optamos por resgatar o conceito foucaultiano de heterotopia. Em *Outros espaços*¹⁷⁷ (2001), Foucault define as heterotopias¹⁷⁸ como lugares reais,

¹⁷⁶ Há diversos trabalhos, no âmbito dos estudos feministas, tratando da obra de Foucault, tanto destacando as contribuições do pensador para os debates feministas, como abordando um silenciamento do autor quanto à diferenciação sexual. Sobre esses debates todos, podemos citar as obras de Naomi Schor (1989); Louis McNay (1992); Caroline Ramazanoglu (1993), Josefina Fernández (2000), Margaret McLaren (2004), entre outras.

¹⁷⁷ As exposições sobre “heterotopia” foram realizadas em Conferência no Círculo de Estudos Arquitetônicos em março de 1967, mas tiveram publicação inicial autorizada apenas em outubro de 1984.

lugares efetivos que são desenhados na constituição da sociedade e que são contra-lugares. São lugares reais, localizáveis, em que “os outros posicionamentos reais que se podem encontrar no interior da cultura estão ao mesmo tempo representados, contestados e invertidos”. Nesse sentido, são “espécies de lugares que estão fora de todos os outros lugares” (FOUCAULT, 2001, p. 415).

Foucault (2001) estipula, então, princípios relacionados às heterotopias¹⁷⁹, ainda que suponha que não exista uma “heterotopia universal”, seguindo à risca todos esses pressupostos. Basicamente, o primeiro princípio se refere ao fato de, provavelmente, não existir uma cultura sem heterotopias; o segundo sinaliza que cada heterotopia tem um funcionamento preciso e determinado no interior da sociedade – portanto, os mecanismos de uma heterotopia podem mudar de uma sociedade para outra; já o terceiro princípio propõe que a heterotopia tem o poder de justapor em um só lugar real vários espaços, vários posicionamentos que são em si próprios incompatíveis. O quarto princípio aponta que as heterotopias estão ligadas mais frequentemente a recortes de tempo, ou seja, rompe-se com o tempo tradicional; enquanto o quinto princípio sinaliza que as heterotopias têm uma espécie de sistema próprio de abertura e isolamento, o que as isola e, ao mesmo tempo, as torna penetráveis.

Foucault (1984; 2001) exemplifica, como lugares essencialmente heterotópicos: o jardim, reunindo em um só espaço plantas ou animais

¹⁷⁸ Para Foucault (1984; 2001), há uma inquietação hoje, no que se refere ao espaço. O autor, então, tem como objeto de suas análises os espaços que têm a propriedade de estar em relação a outros espaços, suspendendo, neutralizando ou subvertendo as relações designadas por tais posicionamentos. Entre esses espaços que se tornam dignos de problematizações estão as utopias, como posicionamentos sem lugar real, com analogia direta ou inversa a espaços reais e, especialmente, as heterotopias, de que tratamos aqui.

¹⁷⁹ O autor distingue ainda as heterotopias de crise, existentes principalmente nas sociedades consideradas “primitivas”, como lugares voltados para as pessoas “em crise”, enfrentando algum tipo de transição que, supostamente, iria requerer cuidado e acompanhamento, como adolescentes que, passando pelo período de puberdade e iniciação à sexualidade, poderiam ameaçar o bem-estar moral da família cristã. Haveria também as heterotopias de desvio, voltadas para aqueles com comportamentos desviantes, que não correspondem às normas, a exemplo das clínicas psiquiátricas e as prisões. As casas de repouso parecem se enquadrar nas duas classificações, já que a velhice, atualmente, tem sido considerada tanto como uma crise a ser tratada, como um desvio (FOUCAULT, 2001).

vindos de várias partes do mundo, agrupando, então, elementos que seriam, a princípio, incompatíveis, e o cemitério, com a função determinada de isolar a morte e prevenir doenças, ao mesmo tempo em que concentrando o paradoxo de significar a perda da vida e de representar uma quase-eternidade do indivíduo, o que notamos a partir das lápides que atravessam o tempo. Outros exemplos seriam as bibliotecas e os museus, que escapam do nosso tempo e, simultaneamente, têm em si diversas épocas, gostos, formas, em uma acumulação perpétua. Há ainda as heterotopias que permanecem ligadas ao que o tempo tem de mais passageiro, como as feiras. E existem as heterotopias que exigem rituais ou procedimentos específicos, que permitem o acesso a esses locais, mas os isolam e, nesse quesito, são bons exemplos as prisões ou mesmo os hotéis, onde é possível entrar com o carro sem ser visto, graças a um projeto de construção específico. O autor destaca também o navio como espaço heterotópico por excelência, como um lugar sem lugar, fechado em si mesmo.

Portanto, as heterotopias¹⁸⁰ assumem formas variadas. Mas elas sempre carregam uma função, impugnando e contestando os espaços e desenvolvendo-se entre dois polos extremos. Elas podem, por exemplo, criar um espaço ilusório que, na verdade, denuncia como são ilusórios os espaços reais, ou ainda, elas podem criar um espaço exageradamente perfeito, ressaltando a desorganização dos lugares reais e funcionando, nesse sentido, como compensação. Michel Foucault (2001, p. 421) enquadra nessa última categoria as colônias sul-americanas, cuidadosamente organizadas entre igreja, colégio, cemitério, com ruas dispostas em formato de cruz, com a “cristandade marcando seu símbolo fundamental”.

A partir dessas discussões, precisamos, então, estender os debates para além dos lugares propriamente físicos, pensando os discursos das revistas como espaços subjetivos, simbólicos, sociais e políticos. Mais

¹⁸⁰ Há ainda o espelho, como uma experiência mista, entre a utopia e a heterotopia. Foucault (2001) explica que o espelho carrega a irre realidade do espaço que se abre virtualmente. O espelho permite que olhemos onde estamos ausentes e, assim, delimita-se como utopia. Por outro lado, o espelho é uma heterotopia à medida que é um lugar real, com uma contra-ação no lugar que ocupamos. Quando nos vemos no espelho, nos damos conta da ausência do lugar que ocupamos e, assim, o espelho tem uma espécie de “efeito retroativo” (FOUCAULT, 2001, p. 415). O espelho faz com que nos voltemos para o lugar real que ocupamos mas, para isso, precisamos passar por aquele espaço irreal, pelo ponto virtual.

especificamente, precisamos nos debruçar sobre os conteúdos de uma publicação como *AzMiná*, avaliando como, afinal, emerge como uma possibilidade heterotópica e, como supomos ainda, como uma proposta heterotópica feminista.

Tomando como referência os preceitos de Foucault, Tânia Swain (2003, on-line) define uma heterotopia feminista como uma experiência material específica, em um determinado local e período, “em que mulheres/feministas criam um espaço outro de fluidez, crítica e modificação de suas autorrepresentações e das representações sociais sexuadas, onde a identidade é movimento, o ser e a ação política são a transformação”.

Considerando a identidade como uma “celebração móvel” (HALL, 2014, p. 11) – como debatemos especialmente no primeiro capítulo, em “Problematizações de gênero e de mulher” –, e a instabilidade das identificações de gênero, é necessário refletirmos sobre as possibilidades de liberação e transformação das normas que surgem justamente a partir desses mecanismos de inconstância. De acordo com o que explica Swain (2003), precisamos pensar nessas descontinuidades internas como traços constitutivos de cada um. Mas, mais do que isso, admitindo a ligação entre aquelas que criticam e refletem sobre as fissuras e instabilidades, seria possível chegar a alternativas de transgressão e promover heterotopias feministas, como lugares onde as determinações binárias e de gênero são ultrapassadas, promovendo condições para sujeitos agentes e objetos de ação.

Dessa maneira, para Tânia Swain (2003), a iniciativa feminista se apoia em uma experiência designada para melhor desconstruir tal experiência. Ou seja, as feministas são aquelas que estão situadas no mundo de significações, mas que se propõem fora de seus contornos para, desse modo, partir para movimentos de crítica e desconstrução. As heterotopias feministas, portanto, devem ser consideradas como espaços simbólicos e políticos, que não teriam sido imaginados até então. Resumindo, para Swain (2003, on-line), esses “lugares fora de todos os lugares” são criados quando imagens e valores são destruídos e “quando se inauguram sentidos, lugares, rupturas lá onde não são esperadas”. Nesse sentido, a nossa intenção é averiguar quais são esses outros lugares e outros caminhos que vêm sendo propostos no magazine on-line e sobre quais rupturas, afinal, se sustentam.

4.3 OS CONTEÚDOS DE AZMINA

4.3.1 Aproximações com magazines tradicionais

Figura 77 - Pôster do site de AzMina.



Fonte: AZMINA, Reprodução.

Ao pensarmos no nome do magazine lançado em 2015, notamos que *AzMina* remete à forma coloquial de “as meninas”. Dessa forma, a nomenclatura sugere coletividade, porém, também lembra uma certa transgressão. Afinal, não há a concordância gramatical do plural – no caso, “as” e “meninas”. Além disso, o nome concentra um duplo sentido promovido pela substituição de “as” por “az”, o que se complementa com o *slogan* da revista que intenta promover as mulheres de “A a Z”. Podemos perceber, ainda, como o título remete à oralidade, o que reforça um caráter de proximidade com o público e sugere até um tom mais democrático, se considerarmos os veículos impressos convencionais, que seguem a norma padrão da língua escrita.

A publicação se define como uma forma de jornalismo independente e destaca as diretrizes que escapam ao convencional. Segundo a seção “Quem somos” (2017), disponível no portal, só são aceitos patrocinadores que usem modelos com índices de massa corporal considerados saudáveis pela Organização Mundial da Saúde – ironizando-se o incentivo à magreza exacerbada, tão comum no círculo midiático. Desse modo, há uma preocupação em editorializar o conteúdo publicitário. Para endossar o aporte financeiro da revista, há a busca de financiamento coletivo para a realização de matérias, além dos recursos angariados por meio das palestras e consultorias da organização *AzMina*, da qual a revista faz parte.

É importante destacarmos, no entanto, que a revista aborda as temáticas de moda, comportamento, sexualidade, além de trazer matérias de enfoque político, social ou mesmo de esportes. Não é difícil perceber, então, que o magazine chega a remeter às concepções mais tradicionais de revistas femininas.

Ela igualmente se vale da linguagem coloquial, do tom de proximidade com a leitora, invocando as conhecidas “fórmulas” dos

textos voltados para as mulheres. Porém, em suas abordagens, *AzMina* parece unir, com um viés feminista, aspectos dessas publicações para o público feminino com características do jornalismo informativo que, pela aridez de assuntos contemplados, como política e questões sociais, tende a ser associado ao público masculino, enquanto as mulheres seriam associadas aos temas do âmbito doméstico ou a comportamento e moda. Portanto, a revista traz reportagens mais aprofundadas, sobre prostituição, por exemplo, mas também conta com o formato de “listinhas”, com sugestões de séries ou de livros feministas.

Nesse sentido, notamos como *AzMina* lança mão de recursos já conhecidos, como as reportagens investigativas, do campo do jornalismo informativo, e das listas com dicas de entretenimento, tão famosas nas revistas femininas, para propor algo novo e que pretende colocar em xeque atribuições e desigualdades relacionadas a gênero. A revista problematiza, inclusive, essa restrição fundamental das mulheres às abordagens mais leves que, para autoras como Colette Guillaumin (1994), acaba justamente por restringir a atuação feminina em determinados campos institucionais, como se coubessem apenas aos homens as decisões nas estruturas coletivas.

Enfim, o caráter transgressor é endossado pela escolha das personagens, que simplesmente não costumam aparecer nos veículos hegemônicos. A busca por representatividade, sugerida desde o *slogan*, manifesta-se nas capas do portal, que não traz celebridades, e nas matérias, que contam com mulheres trans, gordas, negras, brancas, magras, indígenas, ciganas. Há uma intenção de ampliar a capacidade de agenciamento conferida às mulheres, aumentando tanto o leque de representadas como o universo de temas contemplados, extrapolando àqueles normalmente associados a elas.

A delimitação desse outro lugar que *AzMina* pretende ocupar ocorre também via seções e colunas frequentes¹⁸¹, de modo que mesmo os nomes dessas seções chegam a ironizar as atribuições sociais. Assim, “Molhadinha” trata de assuntos de sexualidade; “Programa” elenca dicas culturais; “Mãezinha vírgula” debate assuntos referentes à maternidade; “Descomportadas” aborda comportamento; “Só no caimento” trata de moda, além de “Esportes” e “Beleza Pura”, entre outras. “Mãezinha vírgula”, por exemplo, é uma clara crítica à santidade associada à maternidade.

¹⁸¹ Considerações a partir de visitas ao site especialmente entre outubro de 2016 e outubro de 2017.

Como vemos, todos os nomes das seções carregam, na verdade, um duplo sentido, criticando atribuições relacionadas às mulheres, ou mesmo questionando valorações depreciativas. Enquanto “biscate” é um xingamento, “Biscativismo” será “uma editoria dedicada a todas as pessoas que desafiam o senso comum para provocar transformação” (AZMINA, 2017), concentrando matérias sobre ações independentes de mulheres, como marchas e protestos, e matérias relacionadas aos direitos sociais. Propõe-se, dessa forma, um novo significado à palavra “biscate”, exaltando iniciativas femininas e enfraquecendo o caráter negativo que havia na nomenclatura.

Mesmo em áreas normalmente associadas a uma feminilidade, a revista preza por debates não-convencionais. Assim, nos editoriais de moda de “Só no caimento”, é comum a revista focar em uma proposta inclusiva, trazendo modelos com síndrome de *Down*, por exemplo.

Ainda no que se refere à representatividade, chama a atenção, entre as seções fixas, uma seção sobre lésbicas, a “Butina”, e outra sobre trans, a “Mulher, trans”. Há também colunas como as das pesquisadoras e ativistas Debora Diniz¹⁸² e Amara Moira¹⁸³. Já “Fôlego” concentra as matérias investigativas mais aprofundadas, enquanto “Divã d’*AzMina*” elenca verdadeiros desabafos das leitoras sobre questões diversas, como abusos sofridos ou as culpas por ter feito aborto ou traído o parceiro.

Seja como for, mesmo *AzMina* chega a convergir com *Claudia* e *TPM* em algumas abordagens. “Nunca quis ter um filho. Dizem mais e mais brasileiras” (LUNA, 2016) evidenciou a histórica obrigação de ser mãe e abordou uma pesquisa do IBGE, sinalizando um aumento da porcentagem das mulheres que não têm filhos. A matéria, ilustrada pelo quadro “Maternidade”, de Auguste Renoir, contou com o depoimento de uma mulher que não quer ter filhos e de outra que cogita a adoção, e trouxe informações de especialistas sobre questões sociais relativas à maternidade, em um enfoque similar àqueles observados nas concorrentes de papel.

¹⁸² No site, Debora Diniz, que inclusive figura entre as referências bibliográficas desta pesquisa, é apresentada como: “antropóloga, professora na UnB, escritora, documentarista e pesquisadora da Anis - Instituto de Bioética. Conduziu a Pesquisa Nacional do aborto – a maior já feita sobre o tema no Brasil”.

¹⁸³ No breve currículo ao pé de cada coluna de Amara Moira em *AzMina*, destaca-se: “Travesti pan puta, feminista antes de mais nada, e escritora dessas de batom na boca e sem papas na língua. Militante dos direitos de LGBTs e de profissionais do sexo, no tempo que sobra ainda faz doutorado em teoria literária pela Unicamp, para o desespero do patriarcado”.

Já “Enquanto sexo for ‘coisa de homem’ não vamos acabar com a Aids, alertam especialistas” (BERTHO, 2016a) destacou como o fato de sexo não ser pensado como “coisa de mulher”, mas apenas como tema masculino, atrapalha nas estratégias de prevenção às doenças sexualmente transmissíveis. A revista declarou: “o prazer é visto como masculino e o cuidado, a prevenção, como algo que cabe às mulheres, inclusive, negociar. Até camisinha feminina fica na seção masculina das farmácias”. O questionamento aos padrões sociais acompanhado do bem-humor, e de dados e depoimentos de profissionais da saúde, resgata alguns recursos encontrados em *TPM*. Desse modo, a matéria de *AzMina* teve como início:

Antes de começar essa reportagem, quero combinar algo com você, leitor e leitora: vamos ser honestos do começo ao fim. Então tente responder internamente às seguintes perguntas: qual foi a última vez que transou sem camisinha? E quantas vezes fez isso no último ano? Sobre exames de HIV e DSTs, com que frequência você faz os testes? (BERTHO, 2016a)

Um indicativo de proximidade entre *AzMina* e *TPM* foi o recente destaque que as duas deram a Amara Moira. Colaboradora do portal feminista, a travesti, feminista, militante dos direitos LGBTQs e de profissionais do sexo foi a capa do magazine impresso lançado em setembro de 2017¹⁸⁴.

Essas aproximações entre as revistas sugerem que há um esforço, compartilhado por elas, em estar atentas aos debates sociais atuais, porém, enquanto as edições impressas por vezes custaram a se desvencilhar de proposições conservadoras ou resvalaram para uma falta de representatividade, restringindo abordagens diferenciadas a momentos pontuais, a revista do mundo virtual parece ter uma determinação maior para assumir mais claramente e mais frequentemente seus ideais de liberação e igualdade, a julgar pela sua aberta autodeclaração como feminista e pelas suas colocações que, por

¹⁸⁴ A edição de setembro de 2017 de *TPM* trouxe duas opções de capa: uma delas contou com uma ilustração de roupa de astronauta, com flores no capacete, enquanto outra trouxe Amara, aparentemente nua, mas de sapato de salto, com os seios à mostra e a perna e as mãos escondendo as partes íntimas. Ambas as capas vieram com a chamada “O futuro é feminino?”, naquele exemplar que tratou de liberdade sexual.

vezes, são impensadas nos títulos mais tradicionais. No trânsito entre posturas feministas e femininas, portanto, *AzMina* tende a se estabelecer, prioritariamente, sobre essas primeiras, enquanto *Claudia* e *TPM* prezaram, especialmente, pelas esferas do que seria a feminilidade.

4.3.2 Sobre a tônica feminista

AzMina traz, então, construções textuais que não puderam ser encontradas nas revistas conhecidas, levando a carga ousada das discussões de *TPM* para um outro nível. Assim, problematizou “Dar cu é bom?” (VICENTIN, 2016), a que se seguiram uma série de outras perguntas: “Faz mal? Dá pra gozar? É submissão? Passa doenças? E se sair cocô? A gente responde a todas essas dúvidas sobre o uso sexual do ânus e muito mais nesta reportagem”. Ilustrada por obras de arte que evidenciaram as nádegas, a matéria trouxe diversos especialistas, da área da saúde e do jornalismo, tratando dos preconceitos, inclusive de gênero, sobre o sexo anal, e destacando pesquisas que indicam o aumento da prática.

Figura 78 - Reprodução da pintura de Bansky que ilustra a matéria de *AzMina* “Dar cu é bom?”.



Fonte: AZMINA, 2016.

Também foram elencadas questões de saúde, em uma listinha de mitos e verdades sobre a prática, e depoimentos – disponibilizados também em vídeo – de mulheres anônimas, incluindo uma mulher trans. Há um caráter informativo, mas inclusive libertário na matéria, que destaca: “assim como são diversas as mulheres, são diversos seus desejos. Então, para obter prazer no sexo anal a palavra-chave é experimentação” e, na conclusão: “sejam felizes, dando (ou não) o cu” (VICENTIN, 2016).

Já “Sem prazer? A culpa é do machismo” (FURQUIM, 2015) problematiza como a questão sexual é pautada pelos homens. Com depoimentos de profissionais da saúde, expondo como atribuições de gênero atrapalham as mulheres na busca pelo prazer e naturalizam estupro e relações violentas, a matéria endossa posicionamentos da

teoria feminista. Desse modo, salienta como a ideia acerca da passividade das mulheres, no quesito sexualidade, estão muito mais ligadas ao âmbito social do que a qualquer aspecto biológico.

A tônica feminista fica igualmente evidente em “Piriguite”¹⁸⁵, sim!” (BOWIE, 2015), da seção “Só no caimento”. A matéria elenca composições de moda que fogem das marcas caras para se aproximar aos *looks* encontrados nas ruas, sendo ilustrada por uma modelo com um corpo com “gordurinhas localizadas”, alheio aos padrões de passarela, vestindo *shorts* jeans curtos e blusa de crochê decotada, por exemplo.

Complementando os *looks*, há um texto que chega a ser um pequeno manifesto. Enquanto *TPM* falou das “periguetes” – com “e” – como aquelas que têm vários parceiros sexuais, *AzMina* destaca as preferências de vestimentas das “piriguetes” – com “i” – que, por não corresponderem aos ideais de recato associados às mulheres, sempre enfrentam os julgamentos sociais – como debatemos no capítulo anterior, no tópico “Práticas sexuais diferenciadas e periguetes”. A matéria enuncia:

Se há uma classe de mulheres injustiçadas, é a das piriguetes. Mulheres que gostam de exibir as curvas naturais do corpo, no topo de sua autoestima, elas são acusadas de absurdos como “não se dar ao valor”. Como se achar-se linda e sensual não fosse o melhor jeito de se valorizar! A verdade é simples: uma sociedade que controla a sexualidade das mulheres e adora mantê-las sob as rédeas da insegurança não suporta uma mulher que esteja à vontade com o próprio corpo. Mas nós, da *Revista AzMina*, temos o maior respeito pelas piriguetes e fizemos esse ensaio de moda em sua homenagem. Ai vão algumas ideias de *looks* pros dias em que você estiver querendo esbanjar sua sensualidade. E, sim, querida, você se dá muito ao respeito – e todo mundo deve o mesmo a você, piriguetando ou não... (BOWIE, 2015b)

Portanto, a revista chama a atenção para o controle da sexualidade feminina, que marca o contexto patriarcal. A partir daí, a publicação aposta em uma diferenciação de si mesma, ao afirmar “nós,

¹⁸⁵ Enquanto em *TPM* encontramos a grafia “periguite”, em *AzMina* fala-se em “piriguite”.

da *Revista AzMina*, temos o maior respeito pelas piriguetes”, sugerindo um “eles” que desvaloriza esse grupo. Embora seja possível notar uma associação entre autoestima e exposição do corpo – “mulheres que gostam de exibir as curvas naturais do corpo, no topo de sua autoestima” –, como se fossem duas questões obrigatoriamente conectadas, em uma manutenção dos discursos de “ame o seu corpo”, debatido anteriormente, há, em *AzMina*, uma proposta de conscientização dos direitos, afinal, “você se dá ao respeito” e “todo mundo deve o mesmo [respeito] a você”.

As matérias de abordagem feminista carregam também um tom bem-humorado. O “Manual prático para ex-maridos sobre como não ser um idiota machista” (PUGLIA, 2016) chega, inclusive, a trazer recomendações de como lidar com a ex-mulher, tais como: abolir comentários de cunho sexual ou xingamentos, não supor que a “ex” é propriedade, entender que pensão é um direito, não manipular os filhos, não ameaçar, entender o significado de “não”, entre outras dicas que reivindicam respeito e direitos à mulher.

Já “As 11 séries mais feministas de 2016” (BERTHO, 2016b) destaca, entre as breves impressões da repórter e “memes” – imagens divertidas, em movimento, que circulam na rede –, séries “com protagonistas mulheres, fortes, com objetivo maior do que encontrar um homem, mulheres de etnias e corpos diversos e não heteronormativas”. A matéria é construída no formato de lista, tão conhecido nas revistas femininas. Enfim, é possível notar que mesmo as esferas de comportamento, entretenimento e cultura, que são tão caras às plataformas tradicionais, em *AzMina* são abordadas a partir das desigualdades de gênero.

Indo para um outro viés, em 2017, a revista destacou “Quem são as mulheres citadas no escândalo da *JBS*” (MONTEATH; DIAS, 2017). Na época em que os grandes noticiários brasileiros trataram das suspeitas de corrupção e propina envolvendo a empresa de alimentos, *AzMina* sinalizou: “as mulheres citadas nas delações da *JBS* não são apenas as esposas ou familiares de homens acusados de protagonizar os escândalos”.

Fica evidente, então, como há uma crítica às abordagens midiáticas que trazem as mulheres apenas como coadjuvantes nos processos investigativos, sempre elencadas em relação a um homem, quando, na verdade, também elas são suspeitas de atos ilícitos.

Tânia Swain (2014) lembra como as narrativas que privilegiam atos e feitos dos homens os reiteram como únicos construtores do social. Na verdade, o que notamos, nesse caso, é que os homens são admitidos,

inclusive, como únicos “destruidores” do social, ou seja, como únicos agentes de ação mesmo quando se trata de infrações às leis. É possível perceber, então, como *AzMina* tira as mulheres de uma posição secundária, destacando aquelas que conseguiram entrar para a política, apesar da pouca representatividade feminina no setor, e passaram a alvo de investigação. Ora, as mulheres são colocadas como agentes, afinal, embora se trate de uma situação negativa.

Há ainda um *hall* de matérias que pretendem contemplar grupos esquecidos, ou pouco lembrados, nos veículos hegemônicos. Entre elas está “Semeando gente: como são criadas as crianças indígenas” (DREHER, 2016). O texto contou com depoimentos de mães de algumas etnias indígenas, tratando de amamentação e criação dos filhos. A reportagem, que teve como intenção destacar “diversidades que ensinam”, integrou uma série da revista sobre a temática da maternidade nas aldeias e foi ilustrada por uma foto das crianças indígenas brincando, resultando em uma ampliação das personagens contempladas nas páginas.

4.3.3 As mulheres negras e as problemáticas raciais

No que se refere à representatividade das mulheres negras, um bom exemplo do que é trazido por *AzMina* é a matéria “Descendentes de rainhas: uma marca para as negras” (LISBOA, 2016), que abordou uma marca de roupas voltada para as mulheres negras. A ideia de conferir protagonismo a elas fica evidente desde as linhas iniciais: “*Nzinga* serve de inspiração para uma marca que não quer só vestir, quer empoderar”. O nome da marca faz referência à conhecida rainha angolana e guerreira que lutou contra a ocupação portuguesa por mais de 40 anos¹⁸⁶.

¹⁸⁶ Nzinga Mbandi Ngola Kiluanji nasceu em 1582, no Ngongo, atual Angola. Ela ascendeu ao trono em 1623, após a morte do irmão – envolvendo uma série de mistérios. Nzinga entrou para a história como uma excelente combatente, rainha guerreira, estrategista militar e diplomata, tornando-se símbolo da resistência contra a ocupação dos portugueses no território africano. Como explica Selma Pantoja (2010), a história de Nzinga ainda tem muitos pontos obscuros. Mas o fato é que ela é considerada uma heroína na Angola e, no Brasil, tem sido lembrada na “reafirmação da identidade negra em movimentos populares e intelectuais” (PONTOJA, 2010, p. 324).

A matéria que cede espaço às criadoras da marca não parte do pressuposto de inferiorização das mulheres negras e nem as coloca apenas sob a perspectiva do preconceito que sofrem mas, pelo contrário, evoca um passado simbolizado pela realeza e ainda destaca seu lugar como agentes. Há o destaque para a história das duas criadoras de *Nzinga*: uma filha de pai angolano e mãe brasileira, Luana, que viveu três anos na África e outra, Rosana, “daquelas mulheres pretas que sempre precisaram trabalhar, mas largou tudo para finalmente trabalhar no que gostava” (LISBOA, 2016).

Em uma entrevista, as duas falam sobre “moda, raça e poder”. O texto é complementado por uma foto, em que as personagens aparecem bem próximas, com largos sorrisos, em pose descontraída, de modo que uma delas leva a mão à boca, evidenciando um esmalte azul descascando, o que confere casualidade à cena – há ainda outras imagens mostrando roupas e sacolas da marca. Nas respostas, comentam que o nome da marca, remetendo a essa personagem histórica, seria uma forma de falar em força, mas também de resgatar a ligação entre o Brasil e a África. Nas palavras das entrevistadas: “*Nzinga* inverteu a lógica de submissão que seu povo e ela passavam e é essa a lógica que a gente quer reverter com a marca, de que não é fácil ser mulher negra, mas é possível!” (LISBOA, 2016).

Figura 79 - Imagem da matéria de *AzMina* “Descendentes de rainhas: uma marca para as negras”.



Fonte: AZMINA, 2016.

Fica evidente, então, que a seleção do assunto atua como uma afirmação dos posicionamentos de *AzMina*. Além disso, há um esforço para que a apresentação de um tema considerado do “universo

feminino”, como a moda, seja abordado de uma maneira que foge ao convencional e sem deixar de lado a capacidade de ação das mulheres. A preocupação com a representatividade na revista corrobora a preocupação com a representatividade na marca: “A gente queria envolver mulheres negras em todos os processos, desde a criação até o *marketing*. Fora as modelos que, claro, teriam que ser negras” (LISBOA, 2016).

Ao tratar de uma marca que não quer só vestir, mas empoderar, *AzMina* não deixa de remeter aos veículos que dão espaço para as marcas que querem, sim, só vestir. Em suas proposições, então, conferindo destaque a personagens que não costumam aparecer no papel, o veículo on-line problematiza os mecanismos de funcionamento dos títulos hegemônicos.

Vale pontuar que a composição da equipe de colaboradoras de *AzMina* contribui para uma variedade de perspectivas contempladas e para uma conscientização quanto às questões raciais¹⁸⁷. Assim, em um breve currículo¹⁸⁸ ao fim da matéria sobre a marca *Nzinga*, indica-se que a autora da matéria, Ana Paula Lisboa, é “filha de dois pretos”.

¹⁸⁷ Podemos notar, pelos próprios minicurrículos da equipe, expostos no site, que essa conscientização e mesmo empoderamento quanto às questões raciais partem das colaboradoras que compõem a revista. O currículo de Juliana Luna, repórter especial de estilo e beleza de *AzMina*, sinaliza, por exemplo: “Luna é estrategista de comunicação, articuladora urbana, artista, atriz e embaixadora cultural. Nativa do Rio de Janeiro. Estudou dança na UFRJ e na Germaul Barnes Dance company em NYC. Atualmente, mora entre os Estados Unidos e o Brasil e viaja o mundo criando experiências compartilhadas para pessoas de todo tipo de estilo de vida. Seus nortes são: intuição, sabedoria ancestral, conhecimento por experiência global e a arte dos turbantes. Em maio de 2015, foi convidada para uma viagem de reconexão com suas raízes ancestrais. Através de um teste de DNA, descobriu que seus ancestrais vieram da Nigéria, do grupo étnico iorubá. Por mais de 5 anos, trabalhou ensinando pessoas, principalmente mulheres, a fazer amarrações de tecido na cabeça. Em estilo africano. Há pouco tempo percebeu que isso faz todo sentido. Tudo está conectado. Vive de aprofundar seus laços entre o Brasil e a Nigéria. E este é apenas o começo da jornada”.

¹⁸⁸ Expõe-se ainda que a jornalista Ana Paula Lisboa é “a mais velha de quatro irmãos, filha de dois pretos e moradora do Complexo da Maré, Zona Norte do Rio”. Além disso, é “escritora, coordenadora de metodologia na Agência de Redes para Juventude, colunista, DJ e um monte de outras coisas”.

Já a jornalista Thais Folego se define como, entre outras coisas¹⁸⁹: “filha de pai preto e mãe branca e essa mistura pautou muito sua vida”. A jornalista assina a matéria “Branças com descendência negra: mães adotivas aprendem a lidar com o racismo”, de 2017, que debate os desafios da adoção inter-racial, que vão desde como arrumar o cabelo até lidar com o racismo na escola. Concentrando uma série de depoimentos, a matéria ainda informa sobre os processos de adoção e traz dados do Cadastro Nacional de Adoção, que apontam que as crianças pretas e pardas são a maioria, entre as disponíveis para adoção no país. É possível notar, então, além de uma seriedade nos temas considerados, uma ligação entre a temática abordada e quem escreve.

O fato é que, como vemos, as mulheres negras e a temática racial, de um modo geral, não são exceção, tornando-se constantes na revista. Endossam essas abordagens textos da seção “Divã D’AzMina”, que cede espaço para relatos de leitoras, que chegaram a expor o preconceito sofrido pela cor da pele ou pelo tipo de cabelo, por exemplo, mantendo em evidência as discriminações que ocorrem no século 21.

Há uma postura interseccional no magazine, que considera as dinâmicas entre os diferentes eixos de subordinação na esfera social. Como destaca Kimberlé Crenshaw (2002, p. 82), a interseccionalidade leva em conta as consequências interativas do racismo e da discriminação sexual, ou seja, “as pistas da discriminação até o ponto onde as práticas de subordinação interagem, influenciam e são influenciadas por outras formas de subordinação”. Lançar luz sobre esses mecanismos, então, é compreender a atuação das formas de discriminação como um primeiro passo para desconstruí-las. Além disso, como debatemos, essas discussões são imprescindíveis, já que os pressupostos de que não haveria tensões raciais no território brasileiro contribuem para a invisibilização de violências e para a manutenção das desigualdades. Ora, a partir do momento em que se sugere uma boa convivência entre todos, supõe-se que não há o que ser alterado na configuração social, enquanto as hierarquizações se mantêm e os privilégios seguem sendo concedidos aos grupos hegemônicos.

¹⁸⁹ Indicando a formação profissional e as preferências pessoais de Thais Folego, pontua-se: “Jornalista formada pela Faculdade Cásper Líbero, tem passagens pelos jornais Valor Econômico e Brasil Econômico. Atualmente é repórter *freelancer* e contribui para veículos de economia e finanças. Ama sua gata Charlene, São Paulo e o Carnaval”.

De todo modo, tirar as mulheres negras de um lugar de subalternidade passa também por criar espaços discursivos para que elas possam falar e serem apresentadas de maneira não inferiorizada ou estereotipada, enfim, para que não sejam apresentadas apenas a partir do preconceito que sofrem. As discriminações não podem, afinal, ser o caminho exclusivo de legitimação da apresentação das mulheres negras, daí a importância de se falar dos preconceitos, sim, mas também de se destacar seu poder como agentes, como foi feito na matéria que tratou da marca *Nzinga*.

4.3.4 Imagens e configurações próprias

As imagens de mulheres sorridentes e produzidas esteticamente, tão comuns nas revistas femininas mais antigas, em *AzMina* dão lugar, frequentemente, a cliques de personagens sem muita maquiagem ou figurino elaborado e sem aparentes intervenções de programas de computador¹⁹⁰, de modo que são comuns as fotos em que as mulheres estão desempenhando alguma ação que remete à matéria – como mulheres segurando faixas de protesto no Congresso Nacional, em Brasília, em reportagem sobre a participação de mulheres na política, ou atletas segurando a medalha olímpica, em matéria sobre personalidades do esporte. Portanto, também por meio das imagens há um esforço, já detectado em *TPM*, para quebrar a relação de passividade comumente associada à figura feminina, que ao longo dos séculos veio sendo retratada apenas como objeto do olhar¹⁹¹.

¹⁹⁰ Ana Beatriz da Silva (2017, p. 18) pontuou que a diretora de arte Larissa Ribeiro, ao falar sobre o lançamento de *AzMina*, disse que a equipe pretendia mostrar “meninas que refletem a mulher que está nas ruas. E vai ter *Photoshop*? Não! Nada de esconder estria, celulite, nem espinha!”, em uma clara intenção de mostrar o corpo feminino sem retoques.

¹⁹¹ Tratamos da relação de passividade associada às mulheres nas imagens no segundo capítulo, no tópico “As capas e seus atrativos: normas de beleza e de vida”. Precisamos lembrar, no entanto, as discussões de Laura Mulvey (2011), que destacou como o cinema narrativo tradicional propõe que o expectador se projete no protagonista masculino, como agente das ações, enquanto a mulher é admitida apenas como um ícone, exposta ao olhar e ao prazer masculinos.

Figura 80 - Imagem da matéria “Mulheres que fizeram história no esporte em 2016”, de *AzMina*¹⁹².



Fonte: AZMINA, 2016.

Enfim, ilustrações e pinturas bem-humoradas fazendo alusão ao tema abordado são outro recurso muito utilizado, no quesito imagens, nas matérias de *AzMina*. Não há, então, qualquer padrão, entre as imagens em destaque, que pudesse possibilitar uma análise como as realizadas em *Claudia* ou *TPM*. Não podemos falar em uma identidade visual clara em *AzMina*, como nas revistas impressas. É de se supor, inclusive, que a maioria das imagens utilizadas, à exceção das matérias de moda, não é sequer produzida especialmente para integrar a revista, privilegiando-se fotos de divulgação de eventos ou de marcas, além de fotos do arquivo pessoal das entrevistadas ou ilustrações e produções do acervo de artistas.

De todo modo, há momentos em que as personagens de *AzMina* apresentaram uma notável produção estética, especialmente nas matérias sobre moda. Em “8 looks inspirados em mulheres históricas” (BOWIE, 2015a), por exemplo, a revista destacou, brevemente, as trajetórias de Cleópatra, Dandara dos Palmares, Frida Kahlo e Christine Jorgensen¹⁹³ para sugerir looks, em um ensaio em que as modelos – sem aquela magreza excessiva tão vista na mídia – apareceram com os olhos bem marcados, como os da rainha egípcia, ou as tranças remetendo à pintora mexicana. Notamos, então, que as recomendações do magazine

¹⁹² Em recente trabalho de conclusão de curso, Cláudia Bechler (2017) analisou os discursos produzidos sobre a mulher esportista durante a Olimpíada do Rio de Janeiro em 2016, tendo como foco colunas da *Revista AzMina*, disponibilizadas no portal UOL durante o período do evento.

¹⁹³ Como é explicado na matéria, Cleópatra assumiu o cargo de rainha do Egito aos 17 anos, sendo admitida como uma das mulheres mais cultas de sua época. Já Dandara é destacada como uma mulher destemida, que preferiu o suicídio a ser escravizada novamente, sendo uma das personagens mais injustiçadas da História do Brasil, pois as pessoas só lembram de seu companheiro de liderança do Quilombo dos Palmares, Zumbi. Frida Kahlo é um ícone das artes plásticas do México, enquanto Christine Jorgensen, dos Estados Unidos, foi a primeira mulher a fazer a cirurgia de alteração de sexo (BOWIE, 2015a).

propõem uma reflexão sobre mulheres históricas, indo além de meras sugestões de marcas de roupas ou de figurinos.

Figura 81 - Imagem de “8 looks inspirados em mulheres históricas”, de *AzMina*.



Fonte: AZMINA, 2015.

Notamos que *AzMina* carrega um outro tipo de proposta, em comparação com as demais revistas, sendo que os recursos imagéticos não são ferramenta primordial na promoção de identificação com a leitora. Na verdade, a própria quantidade de imagens é muito reduzida, em relação às demais revistas consideradas. Isso faz com que a aproximação incitada em relação ao público se dê potencialmente via os discursos textuais, o que talvez justifique a aposta na exposição de experiências e depoimentos, nas variadas colunas, aumentando as chances das leitoras se reconhecerem no que é trazido.

Ana Beatriz da Silva (2017, p. 33-34) considera que o aspecto pedagógico comum das revistas femininas, destacado por Dulcília Buitoni (1981), é proposto em dois sentidos, em *AzMina*: há uma preocupação em fornecer uma “educação política” para o pensamento feminista, informando sobre questões relacionadas ao movimento – como notamos até aqui –; e há no portal textos que se enquadram no chamado “correio sentimental”, consolidado nas publicações femininas, com a manutenção de um caráter de aconselhamento. Tanto que a revista chegou a trazer a seção “Cantinho do coração”, em que uma jornalista aconselhava sobre questões de relacionamento da leitora.

Mesmo com o fim da mencionada seção, não é difícil de perceber a permanência de uma certa carga de aconselhamento em *AzMina*, como vimos em “Piriguite, sim!” (BOWIE, 2015b): “E, sim, querida, você se dá muito ao respeito – e todo mundo deve o mesmo a você, piriguetando ou não...”. Porém, agora, segundo Ana Beatriz da Silva (2017, p. 34), a “conselheira” é “feminista, garantindo que os conselhos podem ser empoderadores em vez de reforçarem padrões de gênero”.

Ainda de acordo com a pesquisadora, a estratégia de *AzMina* é a de não rejeitar os conhecidos símbolos do que seria uma “feminilidade”, a exemplo da moda, e nem questionar profundamente o que fundamenta tais símbolos, mas dar “direito a uma feminilidade expandida, proporcionado pelo engajamento com feminismo e pela seguridade da representação” (SILVA, 2017, p. 34).

Vale lembrar Tânia Swain (2014, p. 38), que destacou que há diferenças óbvias entre as genitálias masculinas e as femininas mas, “se as singularidades são relevantes, nenhum indivíduo é igual ao outro”. O que torna, então, a diferença sexual tão determinante socialmente, inclusive na divisão de poderes no âmbito social, é a importância dada à genitália masculina como “fator de proeminência e poder” (SWAIN, 2014, p. 38). Dessa maneira, a insistência pelas diferenças entre feminino e masculino, com a consequente depreciação das mulheres nos discursos, atua como uma reiteração dos domínios e privilégios dos homens nas esferas sociais, enquanto, por outro lado, há uma invisibilização quanto a uma série de outros grupos demarcados como diferentes ou não-hegemônicos, mantendo-se hierarquizações.

Podemos supor que *AzMina* se vale, então, dos campos associados a um “ser feminina” para, a partir daí, subvertê-los em alguma medida, propondo diferenças muitas vezes invisibilizadas e consolidando suas proposições feministas. Indo um pouco além, podemos considerar que a revista utiliza ferramentas dos lugares já conhecidos, de revistas voltadas para as mulheres, para trazer representações que escapam das práticas sexuais normativas, para conferir protagonismo às mulheres e, especialmente, àquelas que não costumam aparecer nos meios midiáticos, seja por questões de raça, sexualidade e etc. Portanto, a revista impulsiona novas valorações sociais.

Há, então, todo um ideal de transgressão proposto pelo magazine, em relação aos meios de comunicação tradicionais, passando pelo modo como as temáticas são abordadas e pelas personagens colocadas em destaque. Ora, se a composição da equipe já prevê uma diversidade de perspectivas, a apresentação dessas colaboradoras, em minicurrículos ao pé das matérias e disponibilizados em página do site, reiteram esse caráter transgressor¹⁹⁴ ao sinalizar, além da formação acadêmica e das

¹⁹⁴ Mais um exemplo do tom provocador dessas apresentações é o currículo da colunista Evelyn Silva: “defensora de direitos humanos, assessora parlamentar, feminista interseccional, marxista revolucionária e, principalmente, militante sapatão. Compõe a Associação Lésbica de Brasília – Contorno de Vênus. É

experiências profissionais, gostos pessoais inusitados, chamando atenção para a importância das singularidades de cada uma. Assim, uma colaboradora “faz dança do ventre e enche as redes sociais com fotos de seu gato” e “não perde uma oportunidade de falar algo indiscreto e constranger todos à sua volta”, enquanto outra “se tornou feminista ainda pequena, quando sofria *bullying* por jogar futebol na escola”.

Como vemos, essas características de *AzMina* atuam como uma tentativa constante de delimitá-la em um lugar próprio, distante das demais revistas voltadas para as mulheres. Iniciativas similares foram vislumbradas em *TPM*, porém, em *AzMina*, isso é potencializado. Tanto que o magazine digital assume até uma postura de “vigia” das demais do setor, o que fica evidente na coluna criada em fevereiro de 2017, “Observatório da imprensa feminina¹⁹⁵”, assinada por Nana Queiroz.

A coluna chegou a problematizar “Por que o jejum proposto pela *Vogue* deste mês é uma péssima ideia” (QUEIROZ, 2017a). Em referência à edição do veículo impresso que propôs, na capa, após a chamada “Boca fechada”, que o jejum “volta com força como receita para viver mais e entrar em forma¹⁹⁶” (VOGUE, fev., 2017), Nana Queiroz escreveu, de maneira irônica: “Querida *Vogue*, em um país em que 8 em cada 100 mulheres (15, se considerarmos também os casos não-crônicos) terá bulimia ou anorexia ao longo da vida, ou você faz bom jornalismo, ou segue o lema ‘em boca fechada, não entra mosca, isso sim’”. Notamos, então, uma grande crítica, sugerindo que, afinal, *Vogue* não faz bom jornalismo.

A coluna traz outras informações referentes aos distúrbios alimentares – que atinge as mulheres, em 90% – e, com depoimentos de especialistas da área da saúde, problematiza os dados científicos em que

aquariana de múltiplos corações, se apaixona a cada cinco minutos. Acha que amar mulheres é a maior arma pra derrubar o patriarcado. Lésbica futurista, sapatona convicta!”.

¹⁹⁵ A proposta da coluna foi “criticar, elogiar e questionar o jeito de fazer jornalismo para mulheres no Brasil” (QUEIROZ, 2017).

¹⁹⁶ A capa daquela edição foi protagonizada pela modelo Lais Ribeiro. Se houve algum mérito no quesito representatividade com aquela personalidade negra evidenciando o cabelo afro na primeira página, a exaltação à privação de comida por horas e horas demonstra o caráter coercitivo das recomendações às mulheres, como na chamada: “Boca fechada: o jejum volta com força como receita para viver mais e entrar em forma” (VOGUE, 2017). Sucesso e saúde parecem, então, ser os índices que justificariam tamanho sacrifício. Há um tom tanto coercitivo como simplista nessas sugestões que podem, inclusive, causar prejuízos à saúde física e psicológica das mulheres.

a matéria da *Vogue* se apoia para propor as sugestões de jejum. Como vemos, então, mesmo as entrevistas de especialistas e profissionais, em *AzMina*, têm o intuito de desnaturalizar discursos e posicionamentos dos meios hegemônicos.

Após as exposições, colocando à prova a associação entre magreza e saúde, *AzMina* alivia o caráter de aconselhamento ao indicar que, se mesmo assim, a leitora prefere ficar magra: “perfeito, gata: seu corpo, suas regras. Longe de mim ser a feminista que quer te dizer pra se livrar dos padrões de beleza só pra eu te impor uns novos padrões da minha caixola. Se você quer emagrecer, não há nada de errado com isso. Mas o jejum não fará isso por você” – chama atenção aqui essa delimitação de não querer ser a feminista que “quer impor uns novos padrões”. E esclarece, por fim: “jejum só se for convicção espiritual ou em casos de atletas de alta performance, sempre em plenas condições de saúde e com aval de um especialista. Nunca porque a *Vogue* te mandou fazer” (QUEIROZ, 2017a).

TPM já havia ironizado as concorrentes, criticando os padrões estéticos, mas *AzMina* intensifica essas posturas e alia essas críticas a conteúdos que não haviam sido propostos até então. A revista on-line se fundamenta, portanto, como uma heterotopia, à medida que lança mão de configurações dos espaços tradicionais para justamente colocá-las em xeque e se consolidar como um outro lugar.

AzMina desponta, além disso, como uma heterotopia feminista por criar essas novas significações e valorações e sugerir, por meio da desestabilização das convenções, outras propostas de existência, conferindo fluidez e multiplicidade às mulheres que, não raramente, são apontadas pelos meios de comunicação como um grupo coerente, estático, homogêneo – o que faz com que acabem sendo excludentes. Tânia Swain (2003) propõe que as heterotopias feministas tragam representações que prescindam o binário, o natural, as coerções e a modelagem dos corpos sexuados e as práticas sexuais normativas, para criar espaços e relações sociais outras. E a revista digital, afinal, parece ser um esforço nesse sentido, renunciando, inclusive, à modelagem dos corpos magros e brancos.

4.5 POSSIBILIDADES OUTRAS EM REDE

Figura 82 - Cartaz disponibilizado na página do Facebook de *AzMina*.



Fonte: Facebook, 2016.

A palavra “heterotopia” traz o radical grego “heteros” que remete ao outro, enquanto “topia” significa lugar, espaço¹⁹⁷. Portanto, “heterotopia” quer dizer “outro lugar”, ou ainda “espaço do outro”. Na lógica social contemporânea, muitos desses espaços heterotópicos foram depreciados e suprimidos, a exemplo das colônias ou das instituições psiquiátricas. Mas se os lugares heterotópicos já concentraram funções de controle ou mesmo de confinamento de determinados grupos, eles igualmente podem abarcar possibilidades emancipatórias.

Estendendo as discussões para além dos espaços físicos, notamos como a revista on-line *AzMina* pode ser um campo político e simbólico capaz de promover outras mulheres, ou seja, aquelas que estiveram fora das mídias convencionais. A revista se apropria de fundamentações dos veículos mais tradicionais para subvertê-los, ajudando não apenas a promover sujeitos e condutas que não tinham visibilidade nos meios de comunicação, como a desconstruir atribuições e significações relacionadas às mulheres.

¹⁹⁷ Em texto que relaciona micropolíticas, cartografias e heterotopias urbanas com as cidades contemporâneas, Rafael Mejía (2012) estima que o termo “heterotopia” tenha sido cunhado pelo médico patologista, político e antropólogo prussiano Rudolf Virchow, no século 19, em referência a uma anomalia congênita relacionada à posição de órgãos ou tecidos, localizados em outros lugares do corpo, que não os usuais. No entanto, Michel Foucault passa a utilizar o termo “heterotopia” como ferramenta filosófica, na década de 1960. In: MEJÍA, Rafael. Micropolíticas, cartografias e heterotopias urbanas: derivas teórico-metodológicas sobre a aventura das (nas) cidades contemporâneas. **Revista Espaço Acadêmico**, Maringá, ano 11, n. 132, maio de 2012.

AzMina tem formulações que seriam impensadas em *Claudia* ou mesmo em *TPM*. Certamente essas abordagens notadamente feministas e até provocativas sob muitos aspectos só são possíveis por se tratar de um veículo menor, que ainda carrega um certo grau de independência, inclusive em relação ao mercado publicitário. Por outro lado, vale lembrar que essa independência não a livra de embates financeiros, como notamos pelos pedidos de financiamento e apoio, nas redes sociais, sendo que fica difícil estimar como será a consolidação do magazine, nos próximos anos. Além disso, se por vezes os discursos hegemônicos trataram de enfraquecer os movimentos feministas, falando, inclusive, em sua “morte” – como tratamos no tópico “As revistas ‘femininas’”, do primeiro capítulo –, ainda há reações negativas diante de qualquer iniciativa de crítica ao patriarcado e ao machismo¹⁹⁸.

Seja como for, não é difícil perceber, a partir dos conteúdos, que *AzMina* desponta como um empreendimento mais representativo e como um indicativo de resistência – embora não haja como contabilizar de maneira tão precisa quantas mulheres negras aparecem ou não na revista, como foi feito com *Claudia* ou *TPM*.

É interessante notar que, enquanto a revista *Claudia* trouxe, em suas capas, o que pareceu ser o resumo e uma antecipação de um final feliz, coroando frequentemente como símbolo de plenitude e sucesso uma mulher branca, magra, casada, mãe e profissional bem-sucedida, em um ideal por vezes reiterado também por *TPM*, *AzMina* tratou de desigualdades raciais e de gênero, de doenças sexualmente transmissíveis, de questões de adoção, embora, às vezes, também enumere “listinhas” relacionadas a cinema, por exemplo. Soma-se a isso o fato de *AzMina* elencar como protagonistas mulheres que justamente estiveram longe da “perfeição”, nos termos dos títulos mais tradicionais, no que se refere a corpo e sexualidade.

Por essas escolhas, talvez a revista possa perder um pouco do caráter de entretenimento, quando pensamos nas revistas femininas como fonte de leitura rápida e prazerosa, que contam com a aura de *glamour* conferida pelas celebridades, como ícones de sucesso e felicidade. Porém, enquanto as revistas femininas tradicionais se delimitam como “guias” práticos para as tarefas do dia a dia, *AzMina*

¹⁹⁸ Em 2016, *AzMina* foi, inclusive, acusada de difamação e condenada pela Justiça brasileira a pagar R\$ 2 mil de indenização a um homem, por criticar os comentários machistas que ele fez publicamente, na internet. Na ocasião, foi feito um apelo para que as leitoras ajudassem a pagar a indenização, para não comprometer os projetos da revista.

parece ser uma plataforma para questionamento e, mais do que isso, enfrentamento diante das discriminações e violências sofridas pelas mulheres.

Se Michel Foucault (1984; 2001) aferiu que as heterotopias criam um espaço de ilusão, explicitando o aspecto ilusório de nossa própria realidade, ou atuam como compensação, dada a organização de suas proposições, fazendo frente à desorganização de nossos espaços, *AzMina* desponta como uma heterotopia de compensação inversa. Afinal, a partir de suas abordagens, a revista parece justamente denunciar o aspecto ilusório das conhecidas revistas, que por vezes silenciam sobre as desigualdades de gênero, sobre as violências contra as mulheres ou quanto a problemáticas como as discriminações raciais.

AzMina se propõe a abordar as injustiças e as desorganizações que justamente culminam na subalternidade das mulheres, propostas como um grupo heterogêneo. Portanto, o que torna a revista mais igualitária e representativa é justamente o fato de desconstruir algumas ilusões de outras publicações. Ilusões estas, aliás, que se fundamentam não apenas no silenciamento quanto às tensões sociais e desigualdades como também sobre uma rigidez de normas de conduta e de aparência, por meio de corpos de medidas tão restritas, como debatemos, que não correspondem com aqueles que vemos nas ruas.

Atuando como um espaço heterotópico, o magazine virtual pode servir, inclusive, como um catalisador de transformações sociais. Afinal, como aferimos, tanto as identidades são transitórias como também as performances de gênero abarcam determinada fluidez e, nesse processo, que é contínuo, encontram-se espaços de liberdade. De acordo ainda com Tânia Swain (2003, on-line), “uma identidade transitória seria, portanto, uma heterotopia de ‘mim’, um espaço outro que, conectado a todos os espaços de onde falo e atuo, abre o caminho para a transformação”. Ou ainda “o espaço político da resistência social se conjuga às dobras internas de minhas transições” (SWAIN, 2003, on-line). Nessa fluidez, então, normas podem ser desconstruídas e as possibilidades de liberação se ampliam. Seja como for, a subversão ao hegemônico, em *AzMina*, torna-se mais forte justamente por ser o contrário de um referencial amplamente conhecido e compartilhado, que é o universo das grandes revistas. Ora, *AzMina* faz mais sentido, e talvez só faça sentido porque *Claudia* e *TPM* existem. Nesse caso, é de se pensar se, afinal, os novos caminhos feministas e de representatividade, os “outros lugares” ou “lugares outros”, não estão justamente lado a lado – talvez como uma sombra, ou um reflexo melhorado – das conhecidas e tão gastas trilhas restritas e excludentes das padronizações.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Debruçar-se sobre o que é trazido por revistas femininas é esbarrar com frequência em perguntas: até onde essas páginas são responsáveis pela frustração que temos com a gordura na barriga, com a flacidez no braço, com a ruga recém-descoberta, ou até onde influenciam no que pensamos de nós mesmas? Ora, assim como ensinam uma receita de bolo ou recomendam livros, também, até certo ponto, influem no que se entende por bonito, no que admitimos como mais, ou menos mulher. Até onde as revistas femininas de hoje representam as mulheres contemporâneas? Quanto representam do que desejamos ser?

Lembrando, mais uma vez, as noções de Stuart Hall (1997), a representação é o processo em que os significados são produzidos e trocados dentro de uma determinada cultura, envolvendo linguagem, signos e imagens. Qualquer revista, portanto, implica representações e o compartilhamento de determinados mapas de sentido de um contexto histórico e social. Se há ainda a representação em uma visão estética, prefigurando o ato de performance ou encenação, ou no sentido de assumir o lugar do outro numa acepção política da palavra (ALMEIDA, 2008), também assim as revistas se referem a representações, elencando quem deve falar, quem deve aparecer, ou não.

Dessa forma, as narrativas de revista pressupõem escolhas e remetem a uma configuração histórica, social, cultural. É sabido que nunca houve tanta visibilidade do corpo, por fora, com pernas, braços, abdômen expostos, e por dentro, em uma série de exames multiplicados desde o primeiro raio X em 1895, exame precursor para se “ver o interior do corpo humano sem precisar cortar sua exterioridade” (TUCHERMAN, 2009, p. 203). Essa visibilidade que se tem do corpo se refere, a julgar pelo que aparece na mídia, a um corpo feminino, o que não significa uma maior liberação; pelo contrário, por vezes permanece contribuindo para enclausurar as mulheres sob uma série de imposições. Tanto que, ainda em fevereiro de 2017, como sinalizamos, a versão brasileira da revista *Vogue* propôs, na capa, práticas de jejum como forma de “viver mais e entrar em forma”, apontando para a amplitude das privações em relação à ingestão de alimentos.

No fim das contas, esse corpo feminino, ao menos no papel, é um corpo essencialmente branco, sem qualquer marca, de velhice, de cicatriz, de gordura. Um corpo sujeito a restrições calóricas; um corpo que, quando não é submetido a tratamentos estéticos, é colocado sob análises de profissionais, sob questionamentos sociais ou sob exposição

ao olhar do outro.

De acordo com Elizabeth Grosz (2015), o corpo em si não é algo passivo ou um terreno neutro de significado, mas sim algo ativo, produtivo. Assim, se a repetição dos mesmos contornos contribui para uma aparente naturalização daqueles atributos, consolida-se a exaltação a um corpo esguio carregado de padrões eurocentrados, seguindo ao ideal de branquidade e requerendo um controle tão intenso quanto constante, em normas excludentes, o que tende a dar as pistas da sociedade contemporânea.

Além disso, trata-se de corpos frequentemente manipulados via programas de computador. Susan Bordo (2003) comentou que são corpos polidos, modelados, rearranjados, e questionou se conseguiríamos perceber que eles não são, no fim das contas, “reais”¹⁹⁹. Ora, não seriam, então, esses conhecidos corpos da mídia, puras referências aos corpos ciborgues de que falou Donna Haraway (2009), como híbridos entre ser humano e máquina, em suas habilidades e aparências, trabalhados por exercícios físicos, por técnicas de embelezamento, a que se somariam, ainda, aprimoramentos finais nas ilhas de edição? Diante da repetição exaustiva desses contornos femininos *slim*, *fit*, ciborgues e brancos nos canais voltados para as mulheres, lembrando os questionamentos de Bordo (2003) e as discussões trazidas por Aníbal Quijano²⁰⁰ (2008), entre outros, que diferença pode fazer saber que não são corpos “reais” ou, no mínimo, que são corpos artificiais, sob intenso aparato estético e sob a regência da colonialidade e de uma visão eurocêntrica, tão determinantes no sistema-mundo moderno?

O fato é que, neste século, seja pelas vias econômicas, em decorrência de um determinado contexto histórico e social ou por ambos, opera, no eixo da grande mídia, junto com os contornos corporais, um complexo *hall* de recursos, que envolvem tais aprimoramentos estéticos, as posturas e os figurinos das personalidades na constituição do que seria uma feminilidade almejada, como podemos notar em nossas análises. A cada vez que esses mecanismos de

¹⁹⁹ No original de Susan Bordo (2003, p. XVIII): “*Are we sophisticated enough to know the images are not ‘real’?*”.

²⁰⁰ De acordo com o que expusemos no primeiro capítulo, em “O eixo da aparência sobre as mulheres”, Aníbal Quijano (2002) debateu como a colonialidade, como rastro do colonialismo, fundamenta-se como uma matriz de poder que estrutura o sistema-mundo moderno, hierarquizando seres humanos e subjetividades.

realização midiática não são problematizados, eles seguem sendo reproduzidos, travestidos de naturalidade. Precisamos admitir que ter a consciência sobre esses funcionamentos pode ser um início para a transformação das configurações dessas narrativas da mídia.

Aos corpos exaltados, a que se somam ainda uma série de atribuições sociais, que passam pela maternidade e pela heterossexualidade, no universo das revistas impressas, atrelam-se à promessa de felicidade e a um *status* social de sucesso. Como Susan Bordo (2003, p. VIII) resumiu: “Quem se importa com realidade, quando beleza, o amor, a aceitação acenam²⁰¹?”. Munidos, então, de toda uma carga simbólica, tornados alvo de desejo e imitação, os corpos de revista são apresentados e repetidos a todo o tempo.

As atribuições que partem principalmente dos contornos corporais extrapolam para outros aspectos do que é, ou deveria ser, a vida das mulheres, como leitoras, de modo que, mesmo as matérias que mais questionam as normas sociais, como se viu em *TPM*, não deixam de dar as pistas sobre condutas que seriam adequadas ou não. Se, por um lado, mantêm suas funções de guia, por outro, as revistas não deixam de enredar o público em uma série de regras e de estipular vias únicas para ser e, principalmente, para ser mulher. Atuam, dessa maneira, na construção de personagens, no sentido de entrevistadas, de personalidades clicadas mas, mais do que isso, no sentido de figuras com características sempre bem determinadas, o que esvazia o público de sua heterogeneidade e dita parâmetros tão excludentes.

Enquanto essa mulher que aparece em *Claudia*, como um veículo mais tradicional, é mais “mulherzinha”, sendo apontada como aquela que se interessa por conquistar e manter o parceiro, por se dedicar aos filhos e ao marido e por seguir um plano de emagrecimento, aquela de *TPM* é a “não-mulherzinha”, que aceita e expõe um corpo magro mas com algumas “gordurinhas localizadas” e que procura sexo sem compromisso – com homens.

Pensando nas nossas hipóteses iniciais, vimos que, de um jeito ou de outro, destacando condutas e comportamentos, exaltando corpos esguios e de tez insistentemente clara, as revistas propõem personagens essas delimitadas, deixando de fora outras formas de existência. Nesse sentido, *Claudia* e *TPM* – como um produto genuinamente do século 21 –, estão mais próximas, uma da outra, do que se supôs. E, se acreditamos que *TPM* era mais representativa do que *Claudia*, vimos

²⁰¹ “*Who cares about reality when beauty, love, acceptance beckon?*” (BORDO, 2003, p. XVIII).

como ainda há pouca diversidade no veículo da Editora Trip, de modo que as mulheres gordas e mais velhas ainda estampam muito pouco as páginas. Da mesma maneira, a perspectiva da heterossexualidade é uma máxima reforçada, excluindo-se, com frequência, aquelas que escapam desse padrão, como as mulheres lésbicas, bissexuais, transexuais, intersexuais.

Além disso, apesar da composição da população brasileira, em *TPM*, as personagens assumidamente negras ocuparam apenas 9% das capas das edições, em todo o período que compreende os anos de 2004 e 2014. Embora esse índice seja maior do que o de *Claudia*, que trouxe mulheres assumidamente negras em 5% das primeiras páginas, notamos que ainda há uma distribuição muito desigual dos espaços de mais destaque mesmo no veículo da Editora Trip. Os números de representatividade das revistas impressas são, na verdade, um indicativo de como esses magazines permanecem distantes da realidade das ruas.

Nossas hipóteses de que as “mulheres outras”, ou seja, as mulheres não-brancas e não-magras que configuram a minoria das capas, seriam apresentadas de maneira diferenciada, muitas vezes se confirmaram. Assim, as mulheres negras foram associadas à sensualidade ou à brasilidade, sendo que preconceitos que as atingem foram via frequente de legitimação para que aparecessem nas poucas páginas das publicações. Há todo um ideal de branquidade reiterado pelos veículos, não apenas pela repetição das mulheres brancas, a quem se reserva uma multiplicidade de enfoques e abordagens, como também pela própria invisibilização das mulheres negras, como sujeitos, e dos traços corporais de negritude, o que notamos especialmente pela ausência do cabelo afro nas capas de *Claudia*. Igualmente mantém-se a obrigatoriedade da magreza, sendo que as personagens de destaque que não se enquadraram na titulação de magras ou estavam grávidas ou foram submetidas a um programa de emagrecimento.

Enfim, como supomos, a revista eletrônica *AzMina* tem atuado como uma plataforma heterotópica, ao promover espaços de fluidez e crítica quanto a categorizações relacionadas às mulheres. *AzMina* vem destacando apenas mulheres comuns, fora do eixo midiático, a partir de vários lugares de fala, conferindo representatividade a grupos até então invisibilizados e expondo outros contornos corporais, que não apenas os magros e brancos – embora não seja possível fazer um levantamento detalhado sobre representatividade, como fizemos com as duas revistas impressas. A revista também chega a conferir destaque a outras formas de existência, que escapam da heterossexualidade, inclusive. Assim, há esforços para colocar à prova as representações mais tradicionais de

mulher e as proposições estéticas relacionadas ao corpo feminino.

Porém, precisamos acrescentar que seu alcance ainda é bem menor do que o alcance de suas concorrentes impressas. É necessário pontuar, inclusive, que é cedo para estimar o grau de consolidação de *AzMina*, que surgiu há pouco mais de dois anos. Somando-se a isso, trata-se de um veículo que varia em alguns aspectos em relação a *Claudia* e *TPM*, a começar pelo suporte, já que existe apenas na rede, passando pelo tamanho das matérias, que tendem a ser menores do que aquelas das revistas impressas. Há ainda o fato de que *AzMina* não preza tanto por uma identidade visual, quanto às imagens, e tem como eixo norteador um enfoque feminista, além de ter uma independência maior quanto aos anunciantes – por não ter fins lucrativos –, o que certamente seria difícil viabilizar quando se trata de veículos impressos.

Seja como for, quando tratamos dos magazines, não há respostas definitivas. Assim, é inegável que mesmo os títulos mais tradicionais carregam consigo um tom de entretenimento, de prazer. Soma-se a isso o fato de que, por mais poderosas que as imagens homogeneizantes e normalizantes de corpo e de uma suposta feminilidade sejam, as pessoas não são formadas somente por elas, de modo que a própria configuração como sujeito, quanto a classe, raça, orientação sexual, religião e etc. pode influenciar no modo como esses discursos são recebidos. Não são todos atingidos exatamente da mesma maneira e sempre há vias para questionamentos e resistências, o que notamos não só pela emergência de títulos independentes, como *AzMina*, como até pelas temáticas feministas que por vezes são abordadas em *Claudia* e *TPM*, o que só reitera a importância de nossas posturas críticas.

Antes de seguirmos nestas discussões, precisamos resgatar alguns questionamentos de Nancy Fraser (2009). De acordo com ela, “ideais feministas de igualdade de gênero, tão controversos nas décadas anteriores, agora se acomodam diretamente no *mainstream* social” (FRASER, 2009, p. 13). Dessa maneira, assuntos como o aborto e a desigualdade salarial, que pareciam tão impactantes e progressistas não faz muito tempo, ganham visibilidade, sendo incluídos nos veículos hegemônicos. Contudo, na prática, isso aparentemente não tem se traduzido na eliminação das desigualdades de gênero, fazendo emergir a ideia de que a notável revolução cultural provocada pelo feminismo não tem se transformado em mudança estrutural, institucional.

Expandindo esses debates para *Claudia* e *TPM*, do mesmo modo que se fala em mulheres que optam por não desempenhar os tradicionais papéis de mãe ou por adotar uma postura mais liberada no quesito sexualidade, confirmando as hipóteses de um afrouxamento das normas

tradicionais nos discursos deste século 21, vemos que isso não se dá sem uma certa depreciação dessas mulheres ou pela representação de maneira desigual em relação àquelas que seguem as posturas mais convencionais. Além disso, as construções textuais que se referem ao cuidado do outro, no caso, do parceiro ou da família, não desaparecem por completo das revistas em papel.

Como explica Nancy Fraser (2009), não há como ignorar as engrenagens capitalistas nesses processos. A autora detalha que a segunda onda feminista atacou, nas décadas de 1960 e 1970, o capitalismo como uma formação economista, androcêntrica, estatista e *Westfaliana*²⁰². A crítica feminista ampliou o conceito de injustiça para abranger não só desigualdades econômicas como também hierarquias de *status* e assimetria do poder político, colocando em pauta assuntos como sexualidade, serviço doméstico, reprodução e violência contra as mulheres (FRASER, 2009). A ideia, então, que gerava tensões dentro do próprio movimento, seria, baseada em um entendimento expandido de injustiça, transformar as estruturas profundas da totalidade social para superar a subordinação das mulheres. Mas, aos poucos, as críticas foram fragmentadas e acabaram integrando um projeto que dista, em muito, da proposta de uma sociedade mais igualitária e justa.

Em referência à obra *The New Spirit of Capitalism*, de Luc Boltanski e Ève Chiapello, Nancy Fraser (2009, p. 24) explica como o capitalismo se refaz em momentos de ruptura histórica, absorvendo e adaptando críticas até então dirigidas a ele:

elementos de crítica anticapitalista são
ressignificados para legitimar uma forma nova e

²⁰² Economista porque o capitalismo organizado pelo Estado que envolveu o uso do poder político para regular mercados econômicos marginalizou dimensões locais e eixos de injustiça. Havia também uma visão androcêntrica, determinando que o trabalhador masculino deveria ser o principal, se não o único, provedor da família, mas, na prática, os salários eram baixos e essa concepção naturalizou injustiças de gênero, ao estabelecer o homem como autoridade no âmbito doméstico. Esse capitalismo também era estatista, reduzindo questões de justiça a avaliações técnicas, em um descolamento com as reivindicações sociais. Por fim, tratou-se de um capitalismo de visão *westfalianista*, canalizando aquelas reivindicações em arenas políticas internas de Estados territoriais, mantendo-se injustiças trans-fronteiriças. Resumindo, defendendo uma formação nacional, tratava-se de uma visão destinada a mobilizar as capacidades de Estados-nações para apoiar o desenvolvimento econômico em nome de uma cidadania nacional (FRASER, 2009).

emergente de capitalismo, que assim se torna dotada da mais alta significação moral necessária para motivar novas gerações a arcar com o trabalho inerentemente sem sentido de acumulação infinita.

Portanto, o modelo inicialmente criticado do trabalhador masculino, chefe e homem de família, de quem dependeria o maior, senão o exclusivo, sustento econômico da família, enquanto a remuneração da esposa deveria ser apenas suplementar, perderia força. Por outro lado, o modelo de dois assalariados na família e até o aumento de lares chefiados por mulheres não significou mais igualdade de gênero. Mais do que isso, como estamos debatendo, as atribuições tradicionais da mulher de cuidado dos filhos têm servido como justificativa para sua colocação desigual e para a remuneração menor no mercado.

Da mesma maneira, então, as grandes revistas evidenciam como o capitalismo se apropria de fundamentos feministas, nas mais variadas instâncias, de modo que até as críticas sobre os ideais de corpo irrealis seriam respondidas por novos discursos, falando de uma autenticidade e amor pelas próprias curvas, mas apontando o corpo feminino como algo que requer esforços para ser amado, por exemplo. Como foi observado também em matérias de *TPM*, esses direcionamentos sugerem uma ligação entre amor pelo corpo e constante exposição corporal, ou seja, mantêm-se formas de regulação sobre os corpos das mulheres. Já *Claudia* aponta para uma maior participação feminina no mercado de trabalho, mas permanece exaltando a busca por um relacionamento amoroso, enclausurando a mulher em um modelo heterossexual e no núcleo familiar.

Nas duas revistas impressas, as construções parecem se reorganizar, mantendo alguns pressupostos de gênero e sem perder de vista ideais centrais do patriarcado, que não deixam de seguir, inclusive, os preceitos de colonialidade e do padrão capitalista. Certamente isso em parte se deve à própria necessidade de sobrevivência dessas revistas no sistema capitalista, o que envolve uma preocupação com a venda de anúncios e uma significativa circulação.

Por um lado, o capitalismo instrumentaliza ideias do feminismo, lançando mão de suas proposições para angariar lucro, por outro, porém, isso não ocorre sem que haja, em contrapartida, justamente um maior alcance das pautas feministas. Na prática e embora sob ressalvas, as matérias das revistas femininas impressas, mesmo as mais

convencionais, têm colaborado para se pensar sobre os direitos e a participação das mulheres na sociedade. Assim, a leitura dos textos pode servir como mote para se pensar sobre a descriminalização do aborto, por exemplo, ou sobre os direitos das mulheres de um modo geral – e precisamos destacar o papel de *Claudia* nesse sentido, tratando da pílula anticoncepcional já na década de 1960, e trazendo as colunas de Carmen da Silva, que abordou, inclusive, a independência financeira das mulheres.

Além disso, à medida que o que é trazido pelos meios está conectado a conjunturas sociais, não há como ignorar que as reivindicações em prol dos direitos das mulheres, de um modo geral, ou pela maior visibilidade das mulheres negras, das mulheres gordas, das mulheres lésbicas ou das mulheres trans, têm alguma ressonância nos veículos de comunicação²⁰³. Portanto, tem havido ações que podem abalar as lógicas hegemônicas e o próprio surgimento de *AzMina* é um indicativo disso. Ainda que se apoie em conhecidas estruturas das revistas femininas, tratando de moda, comportamento, beleza e sexualidade, a revista vem subvertendo as conhecidas fórmulas dos veículos para mulheres e as tem incitado a assumir uma posição de protagonismo e a reivindicar representatividade, como vimos.

Na verdade, neste século 21, até as marcas de cerveja já anunciam mudanças na publicidade em direção à maior variedade de corpos apresentados e à redução da objetificação da mulher. Mesmo os programas de televisão conhecidos por trazer dicas de beleza, com celebridades trazendo recomendações para manter a forma, afirmam-se, agora, como inovadores ao atestar a fuga aos padrões estéticos, destacando personagens de grupos até então excluídos desses espaços,

²⁰³ A emergência de discursos mais igualitários vem se refletindo de tal maneira nos meios de comunicação que a tradicional revista *Marie Claire* iria trazer em uma de suas capas de novembro de 2017 a cantora *drag queen* Pabllo Vittar – que se denomina homem gay andrógino, admitindo-se como mulher quando incorpora sua personagem. Pabllo, que disponibilizou a capa antecipadamente, em outubro de 2017, em suas redes sociais, viria acompanhada da chamada “O corpo ideal é o seu: Pabllo, Iza e Gal Costa em coro pela diversidade”. As tensões e ambiguidades, especialmente nas plataformas hegemônicas, que aliam proposições mais tradicionais com as recentes reivindicações de igualdade e diversidade, ficam evidentes quando observamos as outras chamadas daquela capa, como “Beleza *gourmet*: geleia que bronzeia, sorvete hidratante, mousse para celulite e outras delícias do verão”. O que notamos, então, é a ideia de que o seu corpo é o “ideal”, mas ainda vale a máxima de aprimorá-lo por meio dos recursos estéticos.

seja por seu peso, idade, raça, etc. Essas ações podem até auxiliar para que as marcas e programas angariem mais lucros, mas o fato é que há sinais de uma ampliação do leque de mulheres contempladas sob os holofotes.

Se anunciantes justificaram que a intensa reprodução dos corpos magros, jovens, brancos e tonificados nos meios ocorria por serem modelos mais facilmente consumíveis, as novas iniciativas colocam em xeque essas explanações. Nesse ponto, é preciso destacar ainda a importância dos movimentos sociais e dos apelos do público pelas redes sociais que têm sido fundamentais, forçando a eclosão de proposições diferenciadas.

Devemos ter em mente que a dependência da lógica de mercado não significa que os veículos de comunicação devam ser reduzidos a questões econômicas, afinal, o contexto histórico e social influencia no que é ou não é trazido, de acordo com o que destacamos. E essa preocupação com mercado não significa que os magazines não possam, e não devam, atuar em prol de mais direitos sociais, sob pena, inclusive, de perderem seus consumidores, que sempre podem indicar a recusa pelo que é trazido. Isso sem falar da própria importância social que está no cerne do surgimento dos meios de comunicação. Pensando nessa função social dos veículos de comunicação, as iniciativas de combate às desigualdades e às discriminações, sejam quais forem, não devem se pautar somente nas questões de lucro ou em retornos financeiros.

Retomando, uma vez mais, as discussões sobre raça, sabemos que o pensamento político e cultural que emergiu do colonialismo “inventou” raça como noção principal que daria suporte a todo um processo de classificação de mundo, perpetuando a prática de dominação imperial e eurocêntrica. Aníbal Quijano (2002) diria que o princípio racial provou ser o mais efetivo instrumento de dominação social universal; e os resquícios dessas hierarquizações nas revistas corroboram isso.

É evidente que é preciso muito mais do que a mera mistura de culturas, de raças, a falada cordialidade ou o mito da “democracia racial”, como quer que ele se apresente, para a redução das desigualdades. Resgatando, então, a pergunta de Franz Fanon (2008, p. 86): “existe uma diferença entre um racismo e outro?”. Para o autor, a mesma queda, o mesmo fracasso, são inerentes a todas as formas de racismo e, nesse sentido, ou uma sociedade é racista, ou não é.

Antes de nos deixarmos abater por uma resposta positiva a essa pergunta, no caso do território brasileiro, precisamos admitir que, felizmente, a sociedade brasileira não é uma realidade estanque. Como

afirmaram Carlos Hasenbalg e Nelson Silva (2003), os preconceitos não têm se mantido intactos desde a abolição da escravidão, embora adquiram novos significados. É possível considerarmos, então, que, nessa reorganização, novas iniciativas podem promover espaços em prol de mais igualdade, para as mulheres e, mais especificamente, para as mulheres negras, seja por meio do apoio de práticas públicas, pelo engajamento dos movimentos sociais, ou graças a novas posturas, novas discussões, novas representações ou, mais do que isso, mais apresentações diferenciadas em revista.

Autores como Muniz Sodré (2000) e Nilma Gomes (2008) expuseram como o que aparece na mídia pode interferir na construção identitária das pessoas negras, que chegam, inclusive, a atribuir uma carga negativa sobre si mesmas, diante dos estereótipos historicamente depreciativos. Mas pode, igualmente, se relacionar com o que as pessoas brancas pensam de si mesmas e de quem está ao seu redor. Se a garantia de mais representatividade nos meios de comunicação pode ser um caminho para se angariar lugares mais igualitários para as pessoas negras, como integrantes do sistema social, a maior representatividade pode também ajudar a assegurar humanidade às pessoas brancas. Afinal, a partir dos levantamentos e do que é exposto nos famosos magazines, podemos supor que há algo de muito errado com uma sociedade que custa a identificar e se identificar, enfim, que parece custar tanto a colocar em revista e a ver em revista mais da metade de sua própria população.

Como vemos, a plataforma internet pode ser uma aliada quanto a proposições mais igualitárias, facilitando o surgimento de mais canais. E, pela emergência dos novos magazines, podemos supor que o formato de revista para mulheres está longe de ter um fim. De qualquer maneira, resgatando alguns de nossos debates e pensando nas estratégias utilizadas pelas revistas na consolidação de valores e ideias, podemos resumir algumas proposições que seriam capazes de endossar vias de representatividade e outros modos de representação, escapando dos tradicionais confinamentos relacionados a gênero, corpo e raça, e que poderiam ser levadas em conta em qualquer revista voltada para as mulheres, independentemente de suas particularidades.

Portanto, imagens que não subjuguem as mulheres como mero objeto de olhar e contemplação ou desejo, como já ocorria nas antigas manifestações artísticas ou nas publicações de dois séculos atrás, poderiam ser um caminho para representações diferenciadas, por exemplo. Destacar mulheres como alvo de ação, ocupando categorizações diferenciadas como sujeito, seja quanto a raça,

sexualidade, peso, idade, de maneira frequente, também pode ser um direcionamento a ser considerado.

Como protagonistas de fato, as mulheres precisam ser representadas como sujeitos de ação. E não apenas como donas de corpos fragmentados, continuamente expostos, ou como portadoras de um iminente descontrole quanto à ingestão de alimentos ou ainda, em última instância, inadequados em alguma medida – literal e metaforicamente. Construções textuais que não as responsabilizem pelas desigualdades sociais que as atingem e que não depreciem suas escolhas de vida quando fogem às atribuições sociais igualmente deveriam emergir de veículos que se propõem como igualitários ou apoiadores do protagonismo feminino em todas as camadas sociais.

O que é exposto nas narrativas do papel, assim como o que é exposto nas telas, pode, afinal, ser um ponto de partida para aquilo que se espera ver na sociedade, de maneira geral, com o incentivo das novas reivindicações do próprio público e dos movimentos sociais. Assim, ver mais mulheres gordas, lésbicas e, especialmente, ver bem mais mulheres negras nas páginas seria corresponder ao que se vê nas ruas, ou, ainda, pode ser um passo inicial para se reivindicar oportunidades mais igualitárias, no âmbito social, a partir da garantia dessas páginas que são, no fim das contas, espaços de privilégio, como temos colocado.

Expondo-as das maneiras mais variadas, em suas heterogeneidades e sob um viés não depreciativo, no nível dos discursos, seja quanto ao exercício de sua sexualidade, quanto à sua postura em relação à maternidade e ao quesito profissional ou quanto à sua aparência é um início para que “mulheres outras” saiam de um lugar de subalternidade. Preocupações que merecem ser levadas em conta por títulos que, de um jeito ou de outro, referem-se como feitos pelas mulheres e para as mulheres.

Na verdade, se os discursos das revistas femininas não são os únicos que atingem o público feminino, embora haja um compartilhamento de direcionamentos, eles nunca são exatamente os mesmos e esse movimento constante reitera as chances de liberação e até de mais igualdade nas proposições.

Nessas engrenagens todas, então, emergem ainda novas perguntas. Não é possível dizer o quanto as personagens de revista contribuíram para nossos ideais de hoje, mas é fato que as reivindicações de hoje podem mudar quem estará na capa amanhã e como estará. Especialistas falam que a crise no mercado editorial, que tem sido responsável pela queda na circulação dos veículos impressos, seria fruto da recessão econômica e mesmo da consolidação da internet

como fonte de informação, enfraquecendo os meios de papel.

Talvez essa crise da plataforma impressa possa ser um mote para se questionar os modos de funcionamento dos títulos voltados para as mulheres, abalando, inclusive, os posicionamentos que revelam traços remanescentes do patriarcado, da colonialidade, como resquício do colonialismo, e até das formas mais básicas de angariar capital – se considerarmos que os canais informativos da rede são muito mais democráticos, permitindo tanto o surgimento de novos títulos como o acesso gratuito a conteúdos.

Esses processos todos e as formas de resistência, de um modo geral, que surgem podem, de repente, ser um golpe, em alguma medida, contra o que Boaventura de Sousa Santos se referiu, em entrevista, como os três grandes modos de dominação de classe: capitalismo, patriarcado e colonialismo (FERNANDES, 2017). Um golpe que, enfim, seria comemorado. E assim, entre recuos e marcantes avanços se segue, abrindo as páginas e virando a página, das revistas.

REFERÊNCIAS

Revistas e matérias jornalísticas analisadas

ABDALLAH, Ariane. Este corpo não te pertence? **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 61, p. 26-33, dez. 2006/ jan. 2007.

_____; OBNISKI, Luciana. Toda mulher sonha em ter filhos. Hein?!? **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 120, p. 66-72, maio 2012.

ALVES, Micheline. Melanina sobre tela. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 141, p. 16-26, abr. 2014.

A MULHER é o novo homem? **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 104, p. 62-67, nov. 2010.

ANIC, Luara. Você é feia? **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 92, p. 44-49, out. 2009.

ANTUNES, Elizabete. O momento cor de rosa da menina de ouro. **CLAUDIA**. São Paulo: Editora Abril, n.4, ano 46, p. 147-151, abr. 2007.

BELEZA candanga. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 141, p. 82, abr. 2014.

BERTHO, Helena. Enquanto sexo for “coisa de homem” não vamos acabar com a Aids, alertam especialistas. **AzMina**, 01/12/2016a. Disponível em <<http://azmina.com.br/2016/12/enquanto-sexo-for-coisa-de-homem-nao-vamos-acabar-com-a-aids-alertam-especialistas/>>. Acesso em 11 out. 2017.

_____. As 11 séries mais feministas de 2016. **AzMina**, 23/12/2016b. Disponível em <<http://azmina.com.br/2016/12/as-11-series-mais-feministas-de-2016/>>. Acesso em 11 out. 2017.

BONUMÁ, Tatiana; KUBRUSLY, Maria Emilia. A verdade sobre a mulher casada e o *sex toy*. **CLAUDIA**. São Paulo: Editora Abril, n. 9, ano 48, p. 204-207, set. 2009.

BOWIE, Babi. 8 *looks* inspirados em mulheres históricas. **AzMina**, 28/08/2015a. Disponível em < <http://azmina.com.br/2015/08/8-looks-inspirados-em-mulheres-historicas/>>. Acesso em 14 out. 2017.

_____. Piriguete, sim! **AzMina**, 15/12/2015b.

Disponível em <<http://azmina.com.br/2015/12/piriguete-sim/>>. Acesso em 12 out. 2017.

BRESSANE, Ronaldo. Funcionária *free style*. **TRIP**. São Paulo: Editora Trip, dez. 2012.

Disponível em < <http://revistatrip.uol.com.br/trip/bianca-bertolaccini-masterchef-fotos-trip-girl>>. Acesso em 13 ago. 2017.

CAMPOS, Rose. Sonhe alto! **CLAUDIA**. São Paulo: Editora Abril, n. 4, ano 50, p. 108-114, abr. 2011.

CESAROTTO, Oscar. Mulher: o futuro do homem. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 104, p. 67, nov. 2010.

CIVITA, Roberto. Carta à leitora. **CLAUDIA**. São Paulo: Editora Abril, n. 10, p. 8, out., 2011.

CLAUDIA. São Paulo: Editora Abril, n.1, ano 1, out., 1961.

_____. São Paulo: Editora Abril, n.12, ano 7, dez., 1968.

_____. São Paulo: Editora Abril, n.5, ano 43, maio 2004.

_____. São Paulo: Editora Abril, n.10, ano 44, out. 2005.

_____. São Paulo: Editora Abril, n.12, ano 44, dez. 2005.

_____. São Paulo: Editora Abril, n.3, ano 45, mar. 2006.

_____. São Paulo: Editora Abril, n.2, ano 46, fev. 2007.

_____. São Paulo: Editora Abril, n.4, ano 46, abr. 2007.

_____. São Paulo: Editora Abril, n.6, ano 47, jun. 2008.

_____. São Paulo: Editora Abril, n.7, ano 48, jul. 2009.

_____. São Paulo: Editora Abril, n.9, ano 48, set. 2009.

_____. São Paulo: Editora Abril, n.8, ano 49, ago. 2010.

_____. São Paulo: Editora Abril, n.4, ano 50, abr. 2011.

_____. São Paulo: Editora Abril, n.2, ano 51, fev. 2012.

_____. São Paulo: Editora Abril, n.3, ano 51, mar. 2012.

_____. São Paulo: Editora Abril, n.8, ano 51, ago. 2012.

_____. São Paulo: Editora Abril, n.9, ano 52, set. 2013.

_____. São Paulo: Editora Abril, n.12, ano 52, dez. 2013.

_____. São Paulo: Editora Abril, n.8, ano 53, ago. 2014.

_____. São Paulo: Editora Abril, n.10, ano 53, out. 2014.

_____. São Paulo: Editora Abril, n.11, ano 53, nov. 2014.

_____. São Paulo: Editora Abril, n.12, ano 53, dez. 2014.

CONSCIÊNCIA política. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 141, p. 59, abr. 2014.

CORTÊS, Natacha. Negro demais. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 141, p. 62-69, abr. 2014.

DANELON, Fernanda. Parir e gozar. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 87, p. 42-45, maio. 2009.

DREHER, Andressa. Semeando gente: como são criadas as crianças indígenas. **AzMina**, 28/11/2016. Disponível em <<http://azmina.com.br/2016/11/semeando-gente-como-sao-criadas-as-criancas-indigenas/>>. Acesso em 11 out. 2017.

ELLE. São Paulo: Editora Abril, n. 343, dez. 2016.

ESPÍRITO-SANTO, Jorge. Não existe mulher feia. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 92, p. 49, out. 2009.

ESPORTE e fino. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 141, p. 70-77, abr. 2014.

EU fiz aborto. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 40, p. 75, fev. 2005.

FOLEGO, Thais. Brancas com descendência negra: mães adotivas aprendem a lidar com o racismo. **AzMina**, 26/06/2017. Disponível em < <http://azmina.com.br/2017/06/brancas-com-descendencia-negra-maes-adotivas-aprendem-a-lidar-com-racismo/>>. Acesso em 11 out. 2017.

FURQUIM, Luiza. Sem prazer? A culpa é do machismo. **AzMina**, 05/10/2015. Disponível em < <http://azmina.com.br/2015/10/sem-prazer-a-culpa-e-do-machismo/>>. Acesso em 11 out. 2017.

GALLO, Denise. Livre e poderosa. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 124, set. 2012. Disponível em: <<http://revistatrip.uol.com.br/tpm/gosto-nao-nego>>. Acesso em: 21 jul. 2017.

_____. Gêneros na passarela. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 104, p. 64, nov. 2010.

GONZÁLEZ, Letícia. Gosto, não nego. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 124, set. 2012. Disponível em: <<http://revistatrip.uol.com.br/tpm/gosto-nao-nego>>. Acesso em: 21 jul. 2017.

_____. Homens ao lar. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 131, p. 48-53, maio 2013.

GÓES, Marta. A semelhança certa. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 104, p. 65, nov. 2010.

GOLDENBERG, Miriam. Uma mulher em construção. **CLAUDIA**. São Paulo: Editora Abril, n.3, ano 51, p. 92-97, mar. 2012.

GREINER, Cynthia. Eu e você. **CLAUDIA**. São Paulo: Editora Abril, n.8, ano 49, p. 10, ago. 2010.

GUDIN, Vera. Vem cá, Luiza. **CLAUDIA**. São Paulo: Editora Abril, n. 8, ano 49, p. 30-34, ago. 2010.

_____. Musa da igualdade. **CLAUDIA**. São Paulo: Editora Abril, n. 9, ano 48, p. 48-52, set. 2009.

_____. Pelo fim do racismo! **CLAUDIA**. São Paulo: Editora Abril, n. 9, ano 48, p. 56-64, set. 2009.

HAMA, Lia. Afromania. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 141, p. 37, abr. 2014.

JANUZZI, Déa. Com amor e sem receita. **CLAUDIA**. São Paulo: Editora Abril, n. 5, ano 43, p. 132-133, maio 2004.

KEDOUK, Marcia. O enigma da pirâmide. **CLAUDIA**. São Paulo: Editora Abril, n. 3, ano 51, p. 112-115, mar. 2012.

LEÃO, Renata. Muito mais Taís. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 116, p. 44-51, dez. 2011/ jan. 2012.

LEMONS, Nina. A história de Tatiana. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 40, p. 78-79, fev. 2005.

_____. Imagem não é tudo. (Mesmo!). **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 61, p. 34-35, dez. 2006/ jan. 2007.

_____. Pintura íntima. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 67, p. 16-23, jul. 2007.

_____. Burra?. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 92, p. 38-43, out. 2009.

_____. Ser o novo homem. *No, thanks*. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 104, p. 66, nov. 2010.

_____. Eu não visto 38. E daí?. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 123, p. 46-55, ago. 2012.

_____. Badulaque. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 141, p. 87-92, abr. 2014.

_____; GONZÁLEZ, Letícia; BALLOUSSIER, Anna Virginia. Que saudades da Amélia? **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 131, p. 39-44, maio 2013.

LIMA, Paulo. Eu não sou. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 1, maio. 2001. Não paginado.

_____. Anorexia mental. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 61, p. 8, dez. 2006/ jan. 2007.

LISBOA, Ana Paula. Descendentes de rainhas: uma marca para as negras. **AzMina**, 26/04/2016. Disponível em: <<http://azmina.com.br/2016/04/descendentes-de-rainhas-uma-marca-para-as-negras/>>. Acesso em: 29 jul., 2017.

LUNA, Ana de. ‘Nunca quis ter um filho’. Dizem mais e mais brasileiras. **AzMina**, 04/01/2016. Disponível em: <<http://azmina.com.br/2016/01/nunca-quis-ter-um-filho-dizem-mais-e-mais-brasileiras/>>. Acesso em: 29 jul. 2017.

LUNA, Fernando. Falar não é fácil. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 40, p. 4, fev. 2005.

_____. Você é livre? **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 120, p. 8-9, maio 2012.

_____. Tamanho único. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 123, p. 10, ago. 2012.

_____. Uma verdade inconveniente. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 134, p. 2, ago., 2013.

_____. Menina mulher da pele preta. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 141, p. 6, abr. 2014.

MÃE é mãe. Mas não precisa ser santa. **CLAUDIA**. São Paulo: Editora Abril, n.5, ano 43, p. 130-133, maio 2004.

MAGESTE, Paula. Eu e você. **CLAUDIA**. São Paulo: Editora Abril, n.3, ano 51, p. 10, mar. 2012.

_____. Eu e você. **CLAUDIA**. São Paulo: Editora Abril, n.8, ano 51, p. 30, ago. 2012.

MAMÃE coragem. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 141, p. 48-49, abr. 2014.

MARIAS do lar. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 131, p. 45, maio 2013.

MARTINELLI, Noris. Moda para todas. **CLAUDIA**. São Paulo: Editora Abril, n.10, ano 47, p. 248-263, out. 2008.

MEIRELLES, Murillo. Domesticando Alinne. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 131, p. 46-47, maio 2013.

MENDONÇA, Renata. Mulheres que fizeram história no esporte em 2016. **AzMina**, 23/12/2016. Disponível em <<http://azmina.com.br/2016/12/mulheres-que-fizeram-historia-no-esporte-em-2016/>>. Acesso em 11 out. 2017.

MODA maior. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 123, p. 55, ago. 2012.

MONTEATH, Raquel; DIAS, Samanta. Quem são as mulheres citadas no escândalo da *JBS*. **AzMina**, 29/05/2017. Disponível em <<http://azmina.com.br/2017/05/quem-sao-as-mulheres-citadas-no-escandalo-da-jbs/>>. Acesso em 11 out. 2017.

MONTEIRO, Karla. Mundo de Sofia. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 120, p. 50-57, maio 2012.

_____. Cabelo, cabeleira, cabeluda. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 141, p. 46-47, abr. 2014.

NEDER, Marcia. Eu e você. **CLAUDIA**. São Paulo: Editora Abril, n. 5, ano 43, p. 8, maio 2004.

_____. Eu e você. **CLAUDIA**. São Paulo: Editora Abril, n. 9, ano 48, p. 10, set. 2009.

NEGRÃO, Patrícia. De onde vem?. **CLAUDIA**. São Paulo: Editora Abril, n. 9, ano 48, p. 60, set. 2009.

NEGREIROS, Adriana. Taís. **CLAUDIA**. São Paulo: Editora Abril, n. 8, ano 51, p. 140-144, ago. 2012.

O que fazer diante do racismo. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 141, p. 42-43, abr. 2014.

OS segredos das mulheres magras. **CLAUDIA**. São Paulo: Editora Abril, n.5, ano 43, p. 154-159, maio 2004.

OTA, Simone. Kit verão. **CLAUDIA**. São Paulo: Editora Abril, n.10, ano 44, p. 179-189, out. 2005.

_____. Ame seu corpo. **CLAUDIA**. São Paulo: Editora Abril, n. 6, ano 47, p. 200-204, jun. 2008.

PAULINA, Iracy. Afinal, até onde as mulheres querem chegar na carreira?. **CLAUDIA**. São Paulo: Editora Abril, n.10, ano 44, p. 195-197, out. 2005.

_____. Você sabe negociar seu valor no trabalho? Os homens sabem. **CLAUDIA**. São Paulo: Editora Abril, n. 4, ano 46, p. 209-211, abr. 2007.

PERES, Ana Maria. Eu também. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 40, p. 76-77, fev. 2005.

PRA cima deles. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 141, p. 45, abr. 2014.

PUBLICAÇÃO digital *AzMina* quer reformular o conceito de revista feminina. **O Globo**. Rio de Janeiro, 01/09/2015. Disponível em <<https://oglobo.globo.com/sociedade/publicacao-digital-azmina-quer-reformular-conceito-de-revista-feminina-17360634>>. Acesso em 09 out. 2017.

PUGLIA, Débora. Manual prático para ex-maridos sobre como não ser um idiota machista. **AzMina**, 21/06/2016. Disponível em:

<<http://azmina.com.br/2016/06/manual-pratico-para-ex-maridos-sobre-como-nao-ser-um-idiota-machista/>>. Acesso em: 29 jul. 2017.

QUAL é a sua cor. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 141, p. 50-51, abr. 2014.

QUEIROZ, Nana. Por que o jejum proposto pela *Vogue* deste mês é uma péssima ideia. **Azmina**, 10/02/2017a. Disponível em <<http://azmina.com.br/2017/02/por-que-o-jejum-proposto-pela-vogue-deste-mes-e-uma-pessima-ideia/>>. Acesso em: 14 ago. 2017.

_____. Por que criei a revista *AzMina*. E por que quero que ela não precise mais existir. **Geledés**, 09/05/2017b. Disponível em <<https://www.geledes.org.br/por-que-criei-revista-azmina-e-por-que-quero-que-ela-nao-precise-mais-existir/>>. Acesso em 09 out. 2017.

QUEM somos. **AzMina**, s/d. Disponível em: <<http://azmina.com.br/quem-somos/>>. Acesso em: 29 jul. 2017.

RAMOS, Claudia. Lições práticas de mulheres bem-amadas para conquistar e manter o homem certo. **CLAUDIA**. São Paulo: Editora Abril, n. 9, ano 48, p. 152-156, set. 2009.

REVISTA *AzMina* é condenada por expor conteúdos machistas. **AzMina**, 06/10/2016. Disponível em <<http://azmina.com.br/2016/10/revista-azmina-e-condenada-por-expor-comentarios-machistas/>>. Acesso em 11 out. 2017.

ROSCOE, Alessandra; ZAIDAN, Patrícia. O mapa do aborto. **CLAUDIA**. São Paulo: Editora Abril, n.6, ano 47, p. 162-170, jun. 2008.

SANTOS, Roseane. Brasileiríssima. **CLAUDIA**. São Paulo: Editora Abril, n.3, ano 45, p. 84-87, mar. 2006.

SER negra no Brasil é (muito!) foda. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 141, p. 38-69, abr. 2014.

SGANZERLA, Carol. Silêncio. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 83, p. 38-43, dez. 2008/ jan. 2009.

SILVA, Carmen da. Caixa postal intimidade. **CLAUDIA**. São Paulo: Editora Abril, ano 7, n. 12, p. 12, dez. 1968.

SEM bandeiras. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 141, p. 44, abr. 2014.

SOBRE a *Capitolina*. **Capitolina**. Disponível em:
<<http://www.revistacapitolina.com.br/sobre-a-capitolina/>>. Acesso em:
29 jul. 2017.

SOPHIA. **Hanson Robotics**. Disponível em:
<<http://www.hansonrobotics.com/robot/sophia/>>. Acesso em: 17 dez.
2016.

STOPAZZOLLI, Sara. Casas de *swing*: o lado B. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 67, p. 32-37, jul. 2007.

TPM. São Paulo: Editora Trip, n. 1, maio. 2001.

_____. São Paulo: Editora Trip, n. 30, mar. 2004.

_____. São Paulo: Editora Trip, n. 34, jul. 2004.

_____. São Paulo: Editora Trip, n. 37, out. 2004.

_____. São Paulo: Editora Trip, n. 40, fev. 2005.

_____. São Paulo: Editora Trip, n. 43, maio. 2005.

_____. São Paulo: Editora Trip, n. 48, out. 2005.

_____. São Paulo: Editora Trip, n. 53, abr. 2006.

_____. São Paulo: Editora Trip, n. 57, ago. 2006.

_____. São Paulo: Editora Trip, n. 61, dez. 2006/ jan. 2007.

_____. São Paulo: Editora Trip, n. 62, fev. 2007.

_____. São Paulo: Editora Trip, n. 63, mar. 2007.

_____. São Paulo: Editora Trip, n. 67, jul. 2007.

- _____. São Paulo: Editora Trip, n. 70, out. 2007.
- _____. São Paulo: Editora Trip, n. 82, nov. 2008.
- _____. São Paulo: Editora Trip, n. 83, dez. 2008/ jan. 2009.
- _____. São Paulo: Editora Trip, n. 84, fev. 2009.
- _____. São Paulo: Editora Trip, n. 87, maio. 2009.
- _____. São Paulo: Editora Trip, n. 92, out. 2009.
- _____. São Paulo: Editora Trip, n. 100, jul. 2010.
- _____. São Paulo: Editora Trip, n. 103, out. 2010.
- _____. São Paulo: Editora Trip, n. 104, nov. 2010.
- _____. São Paulo: Editora Trip, n. 115, nov. 2011.
- _____. São Paulo: Editora Trip, n. 116, dez. 2011/ jan. 2012.
- _____. São Paulo: Editora Trip, n. 120, maio 2012.
- _____. São Paulo: Editora Trip, n. 123, ago. 2012.
- _____. São Paulo: Editora Trip, n. 124, set. 2012.
- _____. São Paulo: Editora Trip, n. 125, out. 2012.
- _____. São Paulo: Editora Trip, n. 131, maio 2013.
- _____. São Paulo: Editora Trip, n. 132, jun. 2013.
- _____. São Paulo: Editora Trip, n. 134, ago. 2013.
- _____. São Paulo: Editora Trip, n. 135, set. 2013.
- _____. São Paulo: Editora Trip, n. 139, fev. 2014.

_____. São Paulo: Editora Trip, n. 141, abr. 2014.

_____. São Paulo: Editora Trip, n. 144, jul. 2014.

_____. São Paulo: Editora Trip, n. 146, set. 2014.

_____. São Paulo: Editora Trip, n. 147, out. 2014.

_____. São Paulo: Editora Trip, n. 147, nov. 2014.

_____. São Paulo: Editora Trip, n. 149, dez. 2014.

_____. São Paulo: Editora Trip, n. 158, out. 2015.

_____. São Paulo: Editora Trip, n. 172, set. 2017.

UM outro ideal de beleza. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 141, p. 56-57, abr. 2014.

VEJA. São Paulo: Editora Abril, Edição especial, n. 65, jun., 2006.

_____. São Paulo: Editora Abril, n. 1513, set., 1997.

VICENTIN, Carolina. Dar cu é bom? **AzMina**, 21/11/2016. Disponível em: <<http://azmina.com.br/2016/11/dar-cu-e-bom/>>. Acesso em: 17 de jul. 2017.

VOCÊ gosta mais dele do que ele de você? **CLAUDIA**. São Paulo: Editora Abril, n. 6, ano 47, p. 214-217, jun. 2008.

VOGUE. São Paulo: Editora Globo, n. 462, fev. 2017.

VONTADE de mudar. **TPM**. São Paulo: Editora Trip, n. 141, p. 40-41, abr. 2014.

ZAIDAN, Patrícia. Esta mulher balançou a Justiça brasileira. **CLAUDIA**. São Paulo: Editora Abril, n.3, ano 51, p. 116-121, mar. 2012.

WHITEMAN, Vivian. Escolhas de Sofia. **Elle**. São Paulo: Editora Abril, n. 343, ano 28, p. 174-185, dez. 2016.

Demais referências

ABRIL. **Perfil dos leitores**. Fonte dos dados: estudos Marplan consolidados em 2014. Disponível em: <<http://www.publiabril.com.br>>. Acesso em: 23 nov. 2016.

ADICHIE, Chimamanda N. **Americanah**. Tradução de Julia Romeu. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

ALI, Suki. Reading racialized bodies: learning to see difference. In: THOMAS, Helen; AHMED, Jamilah. **Cultural bodies: ethnography and theory**. Malden; Oxford; Carlton: Blackwell Publishing, 2004. p. 76-95.

ALMEIDA, Danielle B. L. de. Apresentando o tema: sobre a gramática do *design* visual. In: _____ (Orgs). **Perspectivas em análise visual: do fotojornalismo ao blog**. João Pessoa: Editora da UFPB, 2008. p. 9-10.

ALMEIDA, Miguel V. O Atlântico pardo: antropologia, pós-colonialismo e o caso 'lusófono'. In: BASTOS, Cristiana; _____; FELDMAN-BIANCO, Bela (Orgs.). **Trânsitos coloniais: diálogos críticos luso-brasileiros**. Campinas: Editora da Unicamp, 2007. p. 27-44.

ALMEIDA, Sandra Regina G. Prefácio – Apresentando Spivak. In: SPIVAK, Gayatri C. **Pode o subalterno falar?** Tradução de Sandra Regina Goulart de Almeida, Marcos Pereira Feitosa e André Pereira Feitosa. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010. p. 7-18.

_____. Intervenções feministas: pós-colonialismo, poder e subalteridade. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 21, n. 2, maio/ago. 2013. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/S0104-026X2013000200019>>. Acesso em: 13 ago. 2014.

AMARAL FILHO, Nemézio C. O negro na mídia: a construção discursiva do 'outro' cultural. **Revista África e africanidades**, Quissamã, n. 3, ago. 2010. Disponível em: <http://www.africaeaficanidades.com.br/documentos/10082010_22.pdf>. Acesso em: 30 maio 2017.

AMARAL, Renata Maria do. Da cozinha à sala de estar: um olhar sobre a gastronomia no jornalismo cultural brasileiro. **CompPós**, São Paulo, vol. 5, abr. 2006. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/72/72>>. Acesso em: 3 mar. 2014.

ANDERSON, Chris W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. **Revista de Jornalismo ESPM**, São Paulo, v. 5, p. 30-89, abr/jun. 2013.

ANDRADE, Danubia de. A mulher negra na telenovela brasileira: entre a invisibilidade e a resistência. In: LAHNI, Cláudia; DELGADO, Ignacio; ROCHA, Enilce; MENEGAT, Elizete; _____. (Orgs). **Culturas e diásporas africanas**. Juiz de Fora: Editora UFRJ, 2009. p. 137-152.

ARAÚJO, Joel Zito. O negro na dramaturgia, um caso exemplar da decadência do mito da democracia racial brasileira. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 16, n. 3, p. 979-985, set./dez. 2008.

_____. Estratégias e políticas de combate à discriminação racial na mídia. In: MUNANGA, Kabengele (Orgs). **Estratégias e políticas de combate à discriminação racial**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo: Estação Ciência, 1996. p. 243-252.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE EDITORES DE REVISTA (ANER). **Dados de mercado e circulação** – janeiro a setembro 2013-2014. Disponível em: <<http://aner.org.br/dados-de-mercado/circulacao/>>. Acesso em: 13 de out. 2016.

AVEIRO, Giovanna Lícia R. T. **Mulheres na revista TPM**: análise discursiva da construção da singularidade feminina. 2015. 207p. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) – Programa de Estudos Pós-graduados de Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica, São Paulo, 2015.

AZEVEDO, Celia Maria M. **Onda negra, medo branco**: o negro no imaginário das elites – Século XIX. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

BAHRI, Deepika. Feminismo e/no pós-colonialismo. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 21, n. 2, maio/ago. 2013. Disponível em:

<http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104026X2013000200018&script=sci_arttext>. Acesso em: 13 ago. 2014.

BARBOSA, Erly G; SILVA, S. A. B. da. Os espaços não ocupados pela mulher negra nas revistas femininas brasileiras. In: Fazendo Gênero 9: diásporas, diversidades, deslocamentos, 2010, Florianópolis, **Anais eletrônicos**, 10p. Disponível em <http://www.fazendogenero.ufsc.br/9/resources/anais/1278291434_ARQUIVO_artigocompleto_fazendo_genero.pdf>. Acesso em: 23 ago. 2017.

BARTHES, Roland. **Sistema da Moda**. Tradução Ivone Castilho Benedetti. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009.

BASSANEZI, Carla. Mulheres dos anos dourados. In: DEL PRIORE, Mary del (Orgs.). **História das Mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 1997, p. 607-639.

BASTOS, João Luiz.; et al. Diferenças socioeconômicas entre autoclassificação e heteroclassificação de cor/raça. **Revista de Saúde Pública**, São Paulo, vol. 42, n.2, p. 324-334, abr., 2008.

BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo**. Vol II: a experiência vivida. Tradução de Sérgio Milliet. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1967.

BECHLER, Cláudia G. **A produção da mulher no discurso d’AzMina durante a Olimpíada de 2016 no Rio de Janeiro**. 2017. 52p. Trabalho de Conclusão de Curso (Letras – Língua Portuguesa e Literaturas de Língua Portuguesa) – Departamento de Língua e Literatura Vernáculas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2017.

BELELI, Iara. Corpo e identidade na propaganda. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v.15, n.1, p. 193-215, jan./ abr. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-026X2007000100012> Acesso em: 14 de ago. 2016.

BENATTI, Grahal. **Da TRIP à TPM: um estudo sobre a produção de significados no mercado de revistas**. 2005. 207 p. Dissertação (Mestrado

em Antropologia Social) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2005.

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**. Ensaio sobre literatura e história da cultura. Tradução de Sergio Paulo Rouanet. São Paulo: Editora Brasiliense, 1987.

BENTO, Maria Aparecida da S. Notas sobre a expressão da branquitude nas instituições. In: _____; SILVEIRA, Marly de J.; NOGUEIRA, Simone G. (Orgs). **Identidade, branquitude e negritude**. Contribuições para a Psicologia Social no Brasil: novos ensaios, relatos de experiência e de pesquisa. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2014. p. 11-33.

BERGER, John. Ways of seeing (1972). In: JONES, Amelia. **The feminism and visual culture reader**. New York: Routledge, 2010. p. 49-52.

BETTERTON, Rosemary. **Looking on: images of femininity in the visual arts and media**. New York: Pandora Press, 1987.

BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Tradução de Myriam Ávila, Eliana Lourenço de Lima Reis, Gláucia Renate Gonçalves. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.

BITTELBRUN, Gabrielle Vívian. **O jornalismo de Claudia: tecnologias de normatização e cuidado de si da mulher**. 2011. 144p. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2011.

BORDO, Susan. Feminism, Foucault and the politics of the body. In: RAMAZANOGLU, Caroline (Orgs). **Up against Foucault: explorations of some tensions between Foucault and feminism**. London: Routledge, 1993. p. 179-202.

_____. A feminista como o Outro. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 8, n.1, p. 10-29, 1º semestre de 2000.

_____. **Unbearable weight: feminism, western culture, and the body**. Berkeley, Los Angeles, Londres: University of California Press, 2003.

BORGES, Dulcina Tereza B. **A cultura “psi” nas revistas femininas (1970-1990)**. 1998. 153p. Dissertação (Mestrado em História) – Departamento de História do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1998.

BORGES, Joana V. **Trajetórias e leituras feministas no Brasil e na Argentina (1960-1980)**. 2013. 355p. Tese (Doutorado em História) – Programa de Pós-Graduação em História, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2013.

BORGES, Rosane. Mídia, racismos e representações do outro. In: BORGES, Roberto Carlos da S.; _____ (Orgs). **Mídia e Racismo**. Petrópolis, RJ: DP et Alii; Brasília, DF: ABPN, 2012. p. 180-203.

BRAH, Avtar. Diferença, diversidade, diferenciação. **Cadernos Pagu**: trajetórias do gênero, Campinas, n. 26, jan./jun 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-83332006000100014>. Acesso em: 22 jan. 2014.

BUITONI, Dulcilia S. **Mulher de papel**: a representação da mulher na imprensa feminina brasileira. São Paulo: Loyola, 1981.

BURKE, Peter. **Testemunha ocular**: história e imagem. Tradução de Vera Maria Xavier dos Santos e revisão técnica Daniel Aarão Reis Filho. Bauru: Edusc, 2004.

BUTLER, Judith. Corpos que pesam: sobre os limites discursivos do sexo. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva. In: LOURO, G. L. (Org.). **O corpo educado**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2001. p. 151-172.

_____. **Problemas de gênero**: feminismo e subversão da identidade. Tradução de Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.

CALDWELL, Kia Lilly. Fronteiras da diferença: raça e mulher no Brasil. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 8, n. 2, 18p. 2000. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/11922/11177>>. Acesso em: 30 ago. 2017.

CAMPOS, Luiz Augusto; FERES JÚNIOR, João. Televisão em cores? Raça e sexo nas telenovelas “globais” (1984-2014). **Textos para discussão GEMAA**, Rio de Janeiro, n. 10, 2015, p. 1-23.

CAMPOS, Rubens Aparecido. **A representação da mulher negra na Revista Claudia**. 2014. 105p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Paulista, São Paulo, 2014.

CARDOSO, Cláudia P. Amefricanizando o feminismo: o pensamento de Lélia González. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 22, n. 3, p. 965-986, set/dez. 2014.

CARNEIRO, Sueli. Negros de pele clara. *Correio Braziliense*, Brasília, 29 mar. 2004. Disponível em: <<https://www.geledes.org.br/negros-de-pele-clara-por-sueli-carneiro/>>. Acesso: 23 ago. 2017.

_____. Gênero, raça e ascensão social. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 3, n. 2, p. 544-552, 2º semestre de 1995.

CARONE, Iray. Breve histórico de uma pesquisa psicossocial sobre a questão racial brasileira. In: _____; BENTO, Maria Aparecida S. (Orgs). **Psicologia social do racismo: estudos sobre branquitude e branqueamento no Brasil**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002. p. 13-23.

CARVALHAL, Raquel T. **O design e a construção de uma identidade feminina na revista TPM**. 2006. 121 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, UFRGS, Porto Alegre, 2006.

CASTRO-GÓMEZ Santiago. (Post)coloniality for dummies: Latin American perspectives on modernity, coloniality and the geopolitics of knowledge. In: MORAÑA, Mabel; DUSSEL, Enrique; JÁUREGUI, Carlos A. **Coloniality at large: Latin America and the Postcolonial Debate**. London: Duke University Press, 2008. p. 259-285.

CASTRO, Taís B. de. **Heteronormatividade e outros marcadores sociais no jornalismo: uma análise das revistas Claudia e TPM**. 2014. 103p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação

Social – Jornalismo) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, UFRGS. Porto Alegre, 2014.

COSTA, Claudia de L. O tráfico do gênero. **Caderno Pagu**: trajetórias do gênero, Campinas, n. 11, p. 127-140, 1998.

_____. O sujeito no feminismo: revisitando os debates. **Caderno Pagu**: trajetórias do gênero, Campinas, n. 19, p. 59-90, 2002.

COSTA, Angela M. da. A violência como marca: a pesquisa em história. In: SCHWARCZ, Lilia M.; REIS, Leticia V. de S. (Orgs). **Negras imagens**: ensaios sobre cultura e escravidão no Brasil. São Paulo: Editora Universidade de São Paulo, Estação Ciência, 1996. p. 81-91.

COSTA, Eliane Silvia. Um olhar sobre os mecanismos ideológicos racistas a partir de constructos da psicanálise dos processos grupais. In: BENTO, Maria Aparecida da S.; SILVEIRA, Marly de J.; NOGUEIRA, Simone G. (Orgs). **Identidade, branquitude e negritude**. Contribuições para a Psicologia Social no Brasil: novos ensaios, relatos de experiência e de pesquisa. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2014. p. 127-140.

COSTA, Maria Paula. **Entre o sonho e o consumo**: as representações femininas na revista *Claudia* (1961-1985). 2009. 235p. Tese (Doutorado em História) – Programa de Pós-Graduação em História e Sociedade, Universidade Estadual Paulista, Assis, 2009.

COURBIN, Alain, COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges. **História do Corpo**. As mutações do olhar. O século XX, vol. 3. Tradução e revisão de Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis: Editora Vozes, 2009.

COUTINHO, Lúcia L. **Antônia sou eu, Antônia é você**: identidade de mulheres negras na televisão. 2010. 189p. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica, Porto Alegre, 2010.

CRENSHAW, Kimberlé. Documento para o encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero. **Revista Estudos feministas**, vol.10, n.1, p.171-188, 2002.

CURIEL, Ochi. La crítica poscolonial desde las prácticas políticas del feminismo, antirracista. **Revista Nomadas**, Bogotá, n. 26, p. 92-101, 2007.

CYRINO, Rafaela. A categorização do masculino e do feminino e a ideia de determinismo cultural: uma crítica epistemológica aos usos normativos do gênero. In: Fazendo Gênero 10: desafios atuais dos feminismos, 2013, Florianópolis, **Anais eletrônicos**, 12p. Disponível em:

<http://www.fg2013.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/20/1373242486_ARQUIVO_AcategorizacaodomasculinoedofemininoeaidedeterminismoculturaIFazendoGenero.pdf>. Acesso em: 23 ago. 2017.

DALCASTAGNÈ, Regina. A personagem do romance brasileiro contemporâneo: 1990-2004. **Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea**, Brasília, n. 26, pp. 13-71, 2005.

_____. A personagem negra na literatura brasileira contemporânea. In: DUARTE, Eduardo de Assis; FONSECA, Maria Nazaré S. (Orgs.). **Literatura e afrodescendência no Brasil**: antologia crítica, vol. 4. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2011. p. 309-337.

DAMASCENO, Janaína. Corpo do outro. Construções raciais e imagens de controle do corpo feminino negro. In: Fazendo Gênero: corpo, violência e poder, 2008, Florianópolis, **Anais eletrônicos**, 7p. Disponível em

<http://www.fazendogenero.ufsc.br/8/sts/ST69/Janaina_Damasceno_69.pdf>. Acesso em: 23 ago. 2017.

DIDI-HUBERMAN, Georges. Quando as imagens tocam o real. Tradução de Patrícia Carmello e Vera Casa Nova. **Revista Pós**, Belo Horizonte, v. 2, n. 4, nov. 2012. p. 206-219.

DIJK, Teun A. van (Orgs.). **Racismo e discurso na América Latina**. São Paulo: Contexto, 2008.

DINIZ, Debora. Perspectivas e articulações de uma pesquisa feminista. In: STEVENS, Cristina; OLIVEIRA, Susane R. de; ZANELLO,

Valeska. **Estudos feministas e de gênero**: articulações e perspectivas. Florianópolis: Ed. Mulheres, 2014. p. 11-21.

DUARTE, Ana Rita F. A escrita feminista de Carmen da Silva. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 15, p. 117-197, jan./jul. 2007.

DUARTE, Constância L. **Imprensa feminina e feminista no Brasil: Século XIX – Dicionário Ilustrado**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2016.

DUARTE, Eduardo de A. Mulheres marcadas: literatura, gênero, etnicidade. **Terra Roxa e outras terras – Revista de Estudos Literários**, Londrina, v.17-A, p. 6-18, dez., 2009.

_____; FONSECA, Maria Nazaré S. **Literatura e afrodescendência**: antologia crítica, v. 4: história, teoria, polêmica. Belo Horizonte: UFMG, 2011.

DUARTE, Kelley B. **Carmen da Silva**: nos caminhos do autobiografismo de uma mulheróloga. 2005. 121p. Dissertação (Mestrado em Letras) – Programa de Pós-Graduação em Letras – Mestrado em História da Literatura da Fundação Universidade Federal do Rio Grande, Universidade Federal do Rio Grande, Rio Grande, 2005.

ECO, Umberto. **História da beleza**. Tradução de Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Record, 2003.

ENGEL, Magali. Psiquiatria e feminilidade. In: PRIORE, Mary del. (Orgs.). **História das Mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 1997. p. 322-261.

FANON, Franz. **Pele negra máscaras brancas**. Tradução de Renato da Silveira. Salvador: EDUFBA, 2008.

FAUSTO-STERLING, Anne. Dualismos em duelo. **Caderno Pagu**: trajetórias do gênero, Campinas, n. 2, p. 9-79, 2002.

FERNANDES, José David C.; ALMEIDA, Danielle B. L. de. Revisitando a gramática visual nos cartazes de guerra. In: ALMEIDA, Danielle B. L. de (Orgs). **Perspectivas em análise visual**: do fotojornalismo ao blog. João Pessoa: Editora da UFPB, 2008. p. 11-31.

FERNANDES, Sarah. Boaventura de Sousa Santos: mundo caminha para rupturas. **Revista do Brasil**, São Paulo., n. 124, dez. 2016/ jan. 2017. Disponível em:

<<http://www.redebrasilatual.com.br/revistas/124/boaventura-de-sousa-santos-mundo-caminha-para-rupturas>>. Acesso em: 14 ago. 2017.

FERNÁNDEZ, Josefina. Foucault: marido ou amante? Algumas tensiones entre Foucault e feminismo. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, vol.8, n. 2, 2000. 21p.

FERREIRA, Aurélio B. de H. **Dicionário Aurélio da língua portuguesa**. Curitiba: Positivo, 2013.

FERREIRA, Jonatas; HAMLIN, Cynthia. Mulheres, negros e outros monstros: um ensaio sobre corpos não-civilizados. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 18, n. 3, p. 811-836, set./dez. 2010.

FERREIRA, Helder. Grada Kilomba. **Revista Cult**, n. 211, p. 12-15, abr. 2016.

FLAUSINO, Márcia C. As velhas/novas revistas femininas. In: XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom, 2003, Belo Horizonte, **Anais eletrônicos**, 17p. Disponível em <https://www.academia.edu/2037758/As_velhas_novas_revistas_femininas>. Acesso em: 25 ago. 2017.

FLEURY-TEIXEIRA, Elizabeth; MENEGHEL, Stela N. (Orgs). **Dicionário Feminino da Infâmia**: acolhimento e diagnóstico de mulheres em situação de violência. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2015.

FOUCAULT, Michel. What is an author? In: _____. **Language, Counter-Memory, Practice**. Cornell Press, 1977. p. 124-138.

_____. Dits et écrits, des espaces autres. Tradução de Carmela Gross. In: **Architecture, Mouvement, Continuité**, Paris, n. 5, out., 1984, p. 46-49.

_____. Outros espaços. In: MOTTA, Manoel Barros da (Orgs). **Ditos e escritos**. Estética: literatura, pintura, música e cinema. Tradução de Inês

Autran Dourado Barbosa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001, vol 3, p. 411-422.

_____. **A hermenêutica do sujeito**. Tradução de Márcio Alvez da Fonseca e Salma Tannus Muchail. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

_____. **O corpo utópico, as heterotopias**. Tradução de Salma Tannus Muchail. São Paulo: n-1 Edições, 2013.

FRANKENBERG, Ruth. **White women, race matters**. The social construction of whiteness. Minneapolis: University of Minnesota Press; London: Routledge, 1993.

FRASER, Nancy. O feminismo, o capitalismo e a astúcia da história. **Mediações: Revista de Ciências Sociais**, Londrina, v. 14, n. 2, p. 11-33, jul./dez. 2009.

FREYRE, Gilberto. **Casa grande e senzala: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal**. São Paulo: Global, 2006 [1933].

FUNCK, Susana B. Desafios atuais dos feminismos. In: STEVENS, Cristina; OLIVEIRA, Susane R. de; ZANELLO, Valeska. **Estudos feministas e de gênero: articulações e perspectivas**. Florianópolis: Ed. Mulheres, 2014. p. 22-35.

_____. Discurso e identidade de gênero. In: CALDAS-COULTHARD, Carmen; SCLIAR-CABRAL, Lenor (Orgs.) **Desvendando discursos: conceitos básicos**. Florianópolis: Editora da UFSC, 2008. p. 183-195.

GILL, Rosalind; ELIAS, Ana Sofia. “Awaken your incredible”: “love your body” discourses and postfeminist contradictions. **International Journal of Media & Cultural Politics**, s/l, v. 10, n. 2, p. 179–188, 2014.

GILROY, Paul. **Entre campos: nações, cultura e o fascínio da raça**. Tradução de Celia Maria Marinho de Azevedo. São Paulo: Annablume, 2007.

GOMES, Nilma L. **Sem perder a raiz: corpo e cabelo como símbolos da identidade negra**. Belo Horizonte, Autêntica, 2008.

GORE, Charles; FIGUEIREDO, José B. Social exclusion and anti-poverty policy: a debate. **International Labor Organization**, Genebra, s/n, 1997. Disponível em:

<<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download;jsessionid=3176C4BD1BDC19FF76E68BE5A6B63310?doi=10.1.1.130.260&rep=rep1&type=pdf>>. Acesso em: 07 ago. 2015.

GROSZ, Elizabeth. Corpos reconfigurados. **Cadernos Pagu**: trajetórias do gênero, Campinas, n. 14, p. 45-86, 2000.

_____. Inscriptions and body-maps: representations and the corporeal (1990). In: ROBINSON, Hilary (Orgs). **Feminism, art, theory**: an anthology (1968-2010). Oxford: Brackwell, 2015. p. 320-322.

GUILLAUMIN, Colette. Enquanto tivermos mulheres para nos darem filhos: a respeito da raça e do sexo. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, ano 2, p. 228-233, 2º semestre de 1994.

GUIMARÃES, Antônio Sérgio. **Classes, raças e democracia**. São Paulo: Editora 34, 2002.

_____. **Racismo e anti-racismo no Brasil**. São Paulo: Editora 34, 2005.

_____. **Preconceito racial**: modos, temas e tempos. São Paulo: Cortez, 2008.

HALL, Stuart. (Orgs.) **Representation**. Cultural representation and cultural signifying practices. London: Thousand Oaks; New Delhi: Sage/Open University, 1997.

_____. El espectáculo del “Otro”. In: RESTREPO, Eduardo; WALSH, Catherine; VICH, Víctor. (Orgs). **Sin garantías**: trayectorias y problemáticas en estudios culturales. Colombia; Peru; Equador: IESCP; IEP; UASB; Enviñón, 2010. p. 419-446.

_____. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: Lamparina, 2014.

HAMILTON, Russel G. European Transplants, amerindian in-laws, african settlers, brazilian creoles: a unique colonial and postcolonial condition in Latin America. In: MORAÑA, Mabel; DUSSEL, Enrique; JÁUREGUI, Carlos A. **Coloniality at large: Latin America and the Postcolonial Debate**. London: Duke University Press, 2008. p. 113-129.

HARAWAY, Donna. Manifesto ciborgue: ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX. In: _____; KUNZRU, Hari; TADEU, Tomaz (Orgs. e Trad). **Antropologia do ciborgue: as vertigens do pós-humano**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009. p. 33-118.

_____. A cyborg manifesto: science, technology, and socialist-feminism in the late twentieth century. In: JONES, Amelia. **The feminism and visual culture reader**. New York: Routledge, 2010. p. 587-608.

HASENBALG, Carlos Alfredo; SILVA, Nelson do V. **Origens e destinos: desigualdades sociais ao longo da vida**. Rio de Janeiro: Topbooks, 2003.

HAWKESWORTH, Mary. A semiótica de um enterro prematuro: o feminismo em uma era pós-feminista. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 14, n.3, p. 737-763, dez. 2006.

HEBERLE, Viviane N. Revistas para mulheres no século 21: ainda uma prática discursiva de consolidação ou de renovação de ideias? **Revista Linguagem em (Dis)curso**. Tubarão, v. 4, p. 85-112, 2004.

HEILBORN, Maria Luiza. Usos e Abusos da Categoria de Gênero. In: HOLLANDA, Heloísa B. de (Orgs.). **Y Nosotras latinoamericanas? Estudos sobre Gênero e raça**. São Paulo: Fundação Memorial da América Latina, 1992. p. 39-44.

HENRIQUES, Isabel C. Virtudes brancas, pecados negros: estratégias de dominação nas colônias portuguesas. In: _____. **Os pilares da diferença: relações Portugal-África, séculos XV-XIX**. Lisboa: Caleidoscópio, 2004. p. 299-318.

HÉRITIER, Françoise. Janos de duas faces: implicações conceituais da fertilidade feminina. In: RIAL, Carmen Sílvia M.; TONELI, Maria

Juracy F. (Orgs). **Genealogias do silêncio: feminismo e gênero**. Florianópolis: Ed. Mulheres, 2004, p. 15-28.

HOFBAUER, Andreas. **Uma história de branqueamento ou o negro em questão**. São Paulo: Editora Unesp, 2006.

HOLLENBACH, Gabriela B. **Sexualidade em revista: as posições de sujeito em *Nova* e *TPM***. 2005. 174p. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

hooks, bell. **Feminism is for everybody: passionate politics**. Cambridge: South End Press, 2000.

IASBECK, Luiz Carlos A. Método Semiótico. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs.) **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 193-205.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios** (síntese de indicadores de 2014). Disponível em <<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/imprensa/ppts/00000024052411102015241013178959.pdf>>. Acesso em: 5 ago. 2016.

INSTITUTO VERIFICADOR DE COMUNICAÇÃO (IVC) Brasil. **Estudo sobre circulação de revistas – Mercado brasileiro 2000-2011.**, set. 2011. Disponível em <http://ivcbrasil.org.br/conteudos/pesquisas_estudos/estudo_revistas_set2011.pdf>. Acesso em: 13 de out. 2015.

JANNOTTI, Claudia B.; SOARES, Gilberta S. Aborto. In: FLEURY-TEIXEIRA, Elizabeth; MENEGHEL, Stela N. (Orgs). **Dicionário Feminino da Infância: acolhimento e diagnóstico de mulheres em situação de violência**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2015. p. 17-20.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Trad. Marina Appenzeller. Campinas: Papirus, 2012.

KRESS, Gunther. **Multimodality: a social semiotic approach to contemporary communication**. London: Routledge, 2010.

KRESS, Gunther; LEEUWEN, Theo Van. **Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication**. Oxford: Oxford University Press, 2001.

_____. **Reading images: the grammar of visual design**. London; New York: Routledge, 2006.

KITCH, Carolyn. **The girl on the magazine cover: the origins of visual stereotypes in American Mass Media**. Chapel Hill: University of North Carolina Press, 2001.

KOSHIYAMA, Alice M. Claudia (1961-2014): da interlocução feminista ao empoderamento do consumo. In: 4º Congresso Internacional Comunicação e Consumo ESPM, 2014, São Paulo, **Anais eletrônicos**, 15p. Disponível em: http://www.espm.br/download/Anais_Comunicon_2014/gts/gtdois/GT02_KOSHIYAMA.pdf. Acesso em: 30 ago. 2017.

KUNZRU, Hari. Você é um ciborgue. Um encontro com Donna Haraway. In: HARAWAY, Donna; _____. TADEU, Tomaz (Orgs. e Trad). **Antropologia do ciborgue: as vertigens do pós-humano**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009. p. 17-32.

LADO M. **Mídia Kit 2017**. Disponível em <http://www.siteladom.com.br/wp-content/uploads/2014/03/LadoM2017.pdf>. Acesso em 11 out. 2017.

LAMAS, Marta. Usos, dificultades y posibilidades de la categoría de género. **Revista de estudios de género**, Guadalajara, vol. 1, n.1, p. 327-366, 1995.

LAURETIS, Teresa de. A tecnologia do gênero. In: HOLLANDA, H. B. De (Orgs.). **Tendências e impasses: o feminismo como crítica da cultura**. Rio de Janeiro: Rocco, 1994. p. 206-241.

LEEUWEN, Theo Van. **Introducing social semiotics**. New York: Routledge, 2005.

LEAL, Tatiane. **A mulher poderosa: construções da vida bem-sucedida feminina no jornalismo brasileiro**. 2015. 139p. Dissertação (Mestrado

em Comunicação e Cultura) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

LIMA,IVALDO M. de F. Por uma história a partir dos conceitos: África, cultura negra e lei 10.639/2003. Reflexões para desconstruir certezas. **Revista A cor das Letras**: literatura, cultura e memória negra, Feira de Santana, n. 12, p. 125-151, 2011.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

_____.; SERROY, Jean. **A estetização do mundo**: viver na era do capitalismo artista. Tradução de Eduardo Brandão. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

LOPES, Maria de Fátima; MATOS, Auxiliadora Aparecida de. Corpo e gênero: uma análise da revista *Trip para Mulher*. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 16, n.1, p. 61-76, jan./abr. 2008.

LORDE, Audre. Age, race, class and sex: women redefining difference. In: MCCLINTOCK, Anne; MUFTI, Aami; SHOHAT, Ella. **Dangerous Liaisons**: Gender, Nation and Postcolonial Perspectives. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1998. p. 374-380.

LUGONES, Maria. Heterosexualism and the Colonial/Modern Gender System, **Hypatia**, Villanova, v. 2, n.1, p. 186-209, winter 2007.

_____. Rumo a um feminismo descolonial. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 22, n. 3, p. 935-952, set./dez. 2014.

LOURO, Guacira L. O corpo educado: pedagogias da sexualidade. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

_____. Corpos que escapam. **Labrys Estudos Feministas**, Brasília/Montreal/ Paris, n.4, ago-dez. 2003. Disponível em < <http://www.labrys.net.br/labrys4/textos/guacira1.htm>>. Acesso em 12 nov. 2017.

MACEDO, Ana Gabriela. Mulheres, arte e poder: uma narrativa de contra-poder? **Revista Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea**, Brasília, n. 37, p. 61-77, 2011.

_____.; RAYNER, Francesca. (Orgs.). **Gênero, cultura visual e performance**. Braga: Centro de Estudos Humanísticos, Universidade do Minho, 2011.

MAFFESOLI, Michel. **A contemplação do mundo**. Tradução de Francisco Franke Settineri. Porto Alegre: Artes e Ofícios Editora, 1995.

MALUF, Sônia W.; COSTA, Claudia de L.; Feminismo fora do centro: entrevista com Ella Shohat. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, vol. 9, n. 1, p. 147- 163, 2001.

MAIA, Cláudia de J. **A invenção da solteirona**: conjugalidade moderna e terror moral – Minas Gerais (1890-1948). 2007. 319p. Tese (Doutorado em História) – Pós-Graduação em História, Universidade de Brasília, Brasília, 2007.

MAIA, Suzana. Cosmopolitismo, desejo e afetos: sobre mulheres brasileiras e seus amigos transnacionais. In: PISCITELLI, Adriana; ASSIS, Gláucia de O.; OLIVAR, José Miguel N. (Orgs.). **Gênero, sexo, afetos e dinheiro**: mobilidades transnacionais envolvendo o Brasil. Campinas: Unicamp/ Pagu, 2011. p. 363-383.

_____. Identificando a *branquidade* inominada: corpo, raça e nação nas representações sobre Gisele Bündchen na mídia transnacional. **Cadernos Pagu**: trajetórias do gênero, Campinas, n. 38, jan./ junho 2012. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-83332012000100011. Acesso em: 14 de abr. 2015.

MALKIN, Amy; WORNIAN, Kimberlie; CHRISLER, Joan. Women and weight: gendered messages on magazine covers. **Sex Roles**, Berlim, vol. 40, issue 7-8, p. 647-655, abr., 1999.

MARCELLO, Fabiana de A. Dispositivo da maternidade: mídia e a produção pedagógica de sujeitos, práticas e normas. **Educar**, Curitiba, n. 26, p. 81-98, 2005.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações:** comunicação, cultura e hegemonia. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2013.

MAYORGA, Claudia. Interseccionalidade. In: FLEURY-TEIXEIRA, Elizabeth; MENEGHEL, Stela N. (Orgs). **Dicionário Feminino da Infâmia:** acolhimento e diagnóstico de mulheres em situação de violência. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2015a. p. 184-187.

_____. Naturalização das violências. In: FLEURY-TEIXEIRA, E.; MENEGHEL, S. N. (Orgs). **Dicionário Feminino da Infâmia:** acolhimento e diagnóstico de mulheres em situação de violência. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2015b. p. 252-253.

_____; COURA, Alba; MIRALLES, Nerea; CUNHA, Vivane. M. As críticas ao gênero e a pluralização do feminismo: colonialismo, racismo e política heterossexual. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 21, n. 2, p. 463-484, maio-ago. 2013.

MATOS, Auxiliadora Aparecida de; LOPES, Maria de Fátima. Corpo e gênero: uma análise da revista *Trip para Mulher*. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 16, n.1, p. 61-76, jan/abr. 2008.

MCCLINTOCK, Anne. **Couro imperial:** raça, gênero e sexualidade no embate colonial. Tradução de Plínio Dentzien. Campinas: Editora da Unicamp, 2010.

MCLAREN, Margaret A. Foucault and Feminism: Power, Resistance, Freedom. In: TAYLOR, Dianna; VINTGES, Karen. **Feminism and the Final Foucault**. Chicago: University of Illinois Press, 2004.

MCNAY, Lois. Foucault and feminism: power, gender and the self. Cambridge: Polity Press, 1992.

MICHETTI, Miqueli. **A lógica social da moda:** apontamentos para uma teoria crítica da cultura de consumo. 2006. 249p. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Universidade Estadual Paulista, Araraquara, 2006.

MIGNOLO, Walter. **Histórias locais/ projetos globais:** colonialidade, saberes subalternos e pensamento liminar. Tradução de Solange Ribeiro

de Oliveira. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

_____. Desobediência epistêmica: a opção descolonial e o significado de identidade em política. **Cadernos de Letras**, Niterói, n. 34, p. 287-324, 2008.

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revistas**: a segmentação da cultura no século XX. São Paulo: Olho d'Água e Fapesp, 2001.

MISKOLCI, Richard. Corpos elétricos: do assujeitamento à estética da existência. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v.14, n.3, pp. 681-693, 2006.

_____. Pânicos morais e controle social: reflexões sobre o casamento gay. **Cadernos Pagu**: trajetórias do gênero, Campinas, n. 28, p. 101-128, jan./jun. 2007

MORAES, Maria Lygia Q. de. **Família e feminismo**: reflexões sobre papéis femininos na imprensa para mulheres. 1981, 332p. Tese (Doutorado em Ciências Políticas) – Departamento de Ciências Sociais da faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo. São Paulo, 1981.

MOTA-RIBEIRO, Silvana. Corpos Visuais: imagens do feminino na publicidade. In: MACEDO, A. G.; GROSSEGESSE, O. (Orgs). **Representações do Corpo**. Braga: Centro de Estudos Humanísticos da Universidade do Minho, 2003. pp. 115-132.

_____. **Retratos de Mulher**: contruções sociais e representações visuais do Feminino. Porto: Campo das Letras, 2005.

_____. Retratos de mulher: um estudo das imagens visuais e sociais do feminino. In: III Sopcom, VI Lusocom e II Ibérico, 2005, vol. 3, s/l, **Anais eletrônicos**, p. 657-666. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/mota-ribeiro-silvana-retratos-de-mulher-um-estudo-das-imagens-visuais-e-sociais-do-feminino.pdf>>. Acesso em: 28 ago. 2017.

_____. **Do outro lado do espelho**: imagens e discursos de gênero nos anúncios das revistas femininas – uma abordagem socio-semiótica visual feminista. 2010. 689p. Tese (Doutorado em Ciências da

Comunicação) – Instituto de Ciências Sociais. Universidade do Minho, Braga, 2010.

MULHERES BRASILEIRAS: do ícone midiático à realidade. Roteiro e direção de Alba Onrubia, Andrea Gago Menor e Laura Daudén. Bilbao: Povos-Magazine Informação e Debate e Paz com Dignidade, Apoio de Agência Vasca, mar., 2014. Documentário, 14'10''. Idioma português, legendas em castelhano e euskera. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=WdWjKBzCWO8>>. Acesso em: 28 ago. 2017.

MULVEY, Laura. Prazer visual e cinema narrativo. In: MACEDO, Ana Gabriela; RAYNER, Francesca. (Orgs.). **Gênero, cultura visual e performance**. Braga: Centro de Estudos Humanísticos, Universidade do Minho, 2011. p. 121-132.

MUNANGA, Kabengele. **Negritude:** usos e sentidos. São Paulo: Editora Ática, 1988.

_____. O anti-racismo no Brasil. In: MUNANGA, K. (Orgs.). **Estratégias e políticas de combate à discriminação racial**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo: Estação Ciência, 1996. p. 79-94.

MUNIZ, Jerônimo O. Preto no branco?: mensuração, relevância e concordância classificatória no país da incerteza racial. **Dados – Revista de Ciências Sociais**, Rio de Janeiro, v. 55, n. 1, p. 251-282, 2012.

MURPHY, Rewa; JACKSON, Sue. Bodies-as-image? The body made visible in magazine love your body content. **Women's studies journal**, Claremont, v. 25, n. 1, p. 17-30, 2011.

MUZART, Zahidé L. A cidade das mulheres: Mariana Coelho uma feminista brasileira. In: COELHO, Mariana. **A evolução do feminismo:** subsídios para a sua história. Curitiba: Imprensa Oficial do Paraná, 2002. p.11-18.

NASCIMENTO, Elisa L. **O sortilégio da cor:** identidade, raça e gênero no Brasil. São Paulo: Summus, 2003.

NICHOLSON, Linda. Interpretando o gênero. Tradução de Luiz Felipe Guimarães Soares. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 8, n.2, 33p., 2000. Disponível em

<<https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/11917/11167>>.

Acesso em: 28 ago. 2017.

NOCHLIN, Linda. **Women, art, and power and other essays**. Boulder: Westview Press, 1988.

NOGUEIRA, Oracy. **Tanto preto quanto branco: estudos de relações raciais**. São Paulo: T. A. Queiroz, 1985.

NOGUEIRA, Isildinha B. **Significações do corpo negro**. 1998. 143p. Tese (Doutorado em Psicologia) – Programa de Pós-Graduação em Psicologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1998.

NOGUEIRA, Simone G. Políticas de identidade, branquitude e pertencimento étnico-racial. In: BENTO, Maria Aparecida da S.; SILVEIRA, Marly de J.; NOGUEIRA, Simone G. (Orgs). **Identidade, branquitude e negritude**. Contribuições para a Psicologia Social no Brasil: novos ensaios, relatos de experiência e de pesquisa. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2014. p. 49-63.

NOVAES, Joana V. **O intolerável peso da feiúra**. Rio de Janeiro: Editora PUC Rio e Garamond Universitária, 2006.

NOVELLI, Daniela. **A branquidade em Vogue** (Paris e Brasil). 2014. 345p. Tese (Doutorado Interdisciplinar em Ciências Humanas) – Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2014.

_____. O célebre Brasil de Vogue Paris: imagens do outro no diálogo intercultural. In: 12 Colóquio de Moda – 9 Edição Internacional e 3 Congresso de Iniciação Científica em *Design* e Moda, João Pessoa, **Anais eletrônicos**, p. 1-10, 2016.

OLIVEIRA, Nucia Alexandra S. de. As páginas da beleza. As representações sobre a beleza feminina na imprensa (1960-1980). 2001. 164 p. Dissertação (Mestrado em História) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

PANTOJA, Selma. O Ensino da História Africana: Metodologias e Mitos: o estudo de caso da Rainha Nzinga Mbandi. **Revista Cerrados**, Brasília, n.30, ano 19, 2010. p. 315-328.

PARKER, Rozsica. The creation of femininity (1984). In: ROBINSON, Hilary (Orgs). **Feminism, art, theory: an anthology 1968-2010**. UK, Internacional, Oxford: Brackwell, 2015. p. 233-237.

PEDRO, Joana Maria. Entre a bomba populacional de o direito das mulheres. In: RIAL, Carmen Silvia M.; TONELI, Maria Juracy F. (Orgs). **Genealogias do silêncio: feminismo e gênero**. Florianópolis: Ed. Mulheres, 2004. p. 29-40.

PIZA, Edith. Porta de vidro: entrada para a branquitude. In: CARONE, Iray; BENTO, Maria Aparecida S. (Orgs). **Psicologia social do racismo: estudos sobre branquitude e branqueamento no Brasil**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002. p. 59-90.

PISCITELLI, Adriana. “Sexo tropical”: comentários sobre gênero e “raça” em alguns textos da mídia brasileira. **Cadernos Pagu: trajetórias do gênero**, Campinas, p. 9-34, n. 6/7, 1996.

PORTAL CATARINAS. Linha Editorial. Disponível em <<http://catarinas.info/somos-muitas/conselho-editorial/>>. Acesso em: 4 nov. 2017.

PORTILHO, Raquel. Onde está o jornalismo? Uma análise da imprensa feminina a partir de CLAUDIA (1961 e 1968). In: XXXII Congresso Brasileiro de ciências da comunicação, Intercom, n. 32, 2009, Curitiba-PR, **Anais eletrônicos** (cd-room), 14p.

PRIORE, Mary Del. **Ao sul do corpo: condição feminina, maternidades e mentalidades no Brasil Colônia**. Rio de Janeiro: José Olympio; Brasília, DF: Edunb, 1993.

QUIJANO, Aníbal. Colonialidade, poder, globalização e democracia. **Novos Rumos**, Marília, ano 17, n. 37, 2002, p. 4-29.

_____. Colonialidad del poder y clasificación social. In: CASTRO-GÓMEZ, Santiago; GROSFUGUEL, Ramón (Org.). **El giro decolonial:**

reflexiones para uma diversidade epistémica más allá del capitalismo global. Bogotá: Siglo del Hombre Editores; Universidad Central, Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos y Pontificia Universidad Javeriana, Instituto Pensar, 2007. p. 93-126.

_____. Coloniality of power, eurocentrism, and Latin America. In: MORANA, Mabel; DUSSEL, Enrique; JÁUREGUI, Carlos A. **Coloniality at large: Latin America and the Postcolonial Debate**. London: Duke University Press, 2008. p. 181-224.

RAGO, Margareth. O feminismo acolhe Foucault. **Labrys Estudos Feministas**, Brasília/ Montreal/ Paris, jul./dez., 2014. Disponível em < <https://www.labrys.net.br/labrys26/foucault/margaok.htm>>. Acesso em: 12 nov. 2017.

RAMALHO, Maria Irene. A sogra de Rute ou intersexualidades. In: SANTOS, Boaventura de S. (Orgs). **Globalização**. Fatalidade ou utopia? Porto: Afrontamento, 2001. p. 525-555.

RAMOS, Tânia Regina De O. Literaturas de *peso*. In: RIAL, Carmen Sílvia M.; TONELI, Maria Juracy F. (Orgs). **Genealogias do silêncio: feminismo e gênero**. Florianópolis: Ed. Mulheres, 2004. p. 153-158.

RESTREPO, Eduardo; ROJAS, Axel. **Inflexión decolonial: fuentes, conceptos y cuestionamientos**. Popayán: Instituto de Estudios Sociales y Culturales Pensar; Maestría en Estudios Culturales; Universidad Javeriana; Editorial Universidad del Cauca, 2010.

RICH, Adrienne. **Of a woman born**. Motherhood as experience and institution. New York, London: WW Norton and Company, 1986.

_____. Notas para uma política de localização. In: MACEDO, A. G. **Gênero, identidade e desejo: antologia crítica ao feminismo contemporâneo**. Lisboa: 2002, Cotovia. p. 15-35.

_____. Heterossexualidade compulsória e existência lésbica. Tradução de Carlos Guilherme do Valle. **Revista Bagoas: estudos gays: gênero e sexualidades**, Natal, v. 04, n. 5, p. 17-44, 2010.

RICHARD, Nelly. Feminismo, experiencia y representacion. **Revista Iberoamericana**, Pittsburgh, vol. LXII, n. 176-177, p. 733-744, jul./dez. 1996.

RILEY, Denise. **Am I That Name?** Feminism and the Category of “Women” in History. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1988.

ROCHA, Patricia. **Jornalismo em primeira pessoa**: a construção de sentidos das narradoras da revista TPM. 2007. 156p. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.

_____; BENETTI, Márcia. Jornalismo e modelos de mulher: a construção de sentidos das narradoras de TPM. **Revista Contracampo**, Rio de Janeiro, p. 49-70, 2007. Disponível em: <<http://www.uff.br/contracampo/index.php/revista/article/viewFile/388/189>>. Acesso em: 14 abr. 2015.

RODAL, Asunción B. Representaciones de “lo femenino” en la publicidad. Muñecas y mujeres: entre la materia artificial y la carne. **Cuadernos de Información y Comunicación**, Madrid, n. 14, p. 269-284, 2009.

RODRIGUES, Bruna. Mídia e sexualidade: a relação lésbica na revista TPM. **Sexualidad, Salud y Sociedad**, Rio de Janeiro, v. 9, p. 91-108, 2011.

ROSALDO, Michelle Z. The Use and Abuse of Anthropology: Reflections on Feminism and Cross-Cultural Understanding. **Signs**, Chicago, v. 5, n. 3, pp. 389-417, Spring 1980.

SANTIAGO, Silviano. Destino: globalização. Atalho: nacionalismo. Recurso: cordialidade. In: DUARTE, Eduardo de A.; FONSECA, Maria Nazaré S. **Literatura e afrodescendência**: antologia crítica, v. 4: história, teoria, polêmica. Belo Horizonte: UFMG, 2011. p. 161-182.

SANTOS, Boaventura de S. Por uma concepção multicultural de direitos humanos. In: **Reconhecer para libertar**: os caminhos do

cosmopolitanismo multicultural. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003a. p.429-461.

_____. Entre Próspero e Caliban: colonialismo, pós-colonialismo e interidentidade. **Novos Estudos Cebrap**, São Paulo, n. 66, p. 23-52, jul. 2003b.

SANTOS, Gislene Aparecida dos. **A invenção do ser negro**: um percurso das ideias que naturalizaram a inferioridade dos negros. São Paulo: Educ/Fapesp; Rio de Janeiro: Pallas, 2002.

SANTOS, Tania C. dos. De Dona Letícia a Carmen da Silva: as revistas femininas e a modificação do comportamento da mulher. In: FIGUEIRA, Sérvulo A. (Orgs). **Uma nova família?** O moderno e o arcaico na família de classe média brasileira. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1986. p. 83-98.

SARLO, Beatriz. **El império de los sentimientos**: narraciones de circulación periódica en la Argentina (1917-1925). Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2011.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. São Paulo: Editora Contexto, 2003.

SCHMIDT, Simone P. Como e por que somos feministas. **Revista Estudos Feministas**. Florianópolis, v. 12, número especial, p. 17-22, set./dez. 2004.

_____. Cravo, canela, bala e favela. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 17, n. 3, p. 799-817, set./dez. 2009.

_____. Ainda o feminismo, ou o feminismo ainda mais. In: KAMITA, Rosana Cássia; FONTES, Luísa Cristina S. (Orgs.). **Mulher e literatura**: vozes consequentes. Florianópolis: Mulheres, 2015. p. 481-497.

SCHOR, Naomi. Dreaming dissymmetry: Barthes, Foucault and sexual difference. In: WEED, Elizabeth (Orgs). **Coming to terms**: feminism, theory, politics. New York: Routledge, 1989.

SCHUCMAN, Lia V. Branquitude: a identidade racial branca refletida em diversos olhares. In: BENTO, Maria Aparecida da S.; SILVEIRA, Marly de J.; NOGUEIRA, Simone G. (Orgs). **Identidade, branquitude e negritude**. Contribuições para a Psicologia Social no Brasil: novos ensaios, relatos de experiência e de pesquisa. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2014. p.111-126.

SCHWARCZ, Lilia M. **O espetáculo das raças**: cientistas, instituições e questão racial no Brasil - 1870-1930. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

_____. Questão racial no Brasil. In: SCHWARCZ, Lilia M.; REIS, Letícia V. de S. (Orgs). **Negras imagens**: ensaios sobre cultura e escravidão no Brasil. São Paulo: Editora Universidade de São Paulo: Estação Ciência, 1996. p. 153-177.

_____. **Nem preto nem branco, muito pelo contrário**: cor e raça na sociabilidade brasileira. São Paulo: Claro Enigma, 2012.

SCOTT, Joan. **Gênero**: uma categoria útil para a análise histórica. Tradução de Christine Rufino Dabat e Maria Betânia Ávila. Recife: SOS Corpo, 1995.

SCOTT, Ana Silvia. O caleidoscópio dos arranjos familiares. In: PINKSY, Carla B.; PEDRO, Joana. (Orgs). **Nova história das mulheres**. São Paulo: Contexto, 2013. p. 15-43.

SEDEÑO, Eulália P. La retórica de la ciencia y el estudio de las diferencias sexuales. **Teoría**: Revista del Colegio de Filosofía, Cidade do México, n. 5, p. 23-38, 1997.

SEGATO, Rita. Gênero e colonialidade: em busca de chaves de leitura e de um vocabulário estratégico descolonial. **E-CES Cadernos**, Epistemologias femininas: ao encontro da crítica radical, Coimbra, n. 18, p. 106-131, 2012.

SEGER, Linda. **Como criar personagens inesquecíveis**. Tradução de Marisa Lopes e Maria Sílvia Junqueira. São Paulo: Bossa Nova, 2006.

SHOHAT, Ella; STAM, Robert. **Crítica da imagem eurocêntrica: multiculturalismo e representação**. Tradução de Mário Soares. São Paulo: Cosac e Naify, 2006.

_____. “From eurocentrism to polycentrism”. In: **Unthinking eurocentrism: multiculturalismo and the Media**. Londres e Nova Iorque: Routledge, 2014. p. 13-54.

SILVA, Ana Beatriz R. P. da. **Comunicação e gênero: as narrativas dos movimentos feministas contemporâneos**. 2017. 98p. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2017a.

SILVA, Paulo V. B. da; ROSEMBERG, Fúlvia. Brasil: lugares de negros e brancos na mídia. In: DIJK, Teun van (Orgs). **Racismo e discurso na América Latina**. São Paulo: Contexto, 2008. p. 73-117.

SKIDMORE, Thomas E. **Preto no branco: raça e nacionalidade no pensamento brasileiro**. Tradução de Donaldson M. Garschagen. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

SODRÉ, Muniz. **Claros e escuros: identidade, povo e mídia no Brasil**. Petrópolis: Editora Vozes, 2000.

_____. Sobre imprensa negra. In: **Revista Lumina**, Juiz de Fora, v. 1, n. 1, p. 23-32, jul./dez. 2008.

SPIVAK, Gayatri C. **Pode o subalterno falar?** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.

1.1.1STOLKE, Verena. La mujer es puro cuento: la cultura del género. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v.12, n.2, maio/ago. 2004. Disponível em:

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-026X2004000200005>. Acesso em: 12 jan. 2016.

_____. O Enigma das intersecções: classe, ‘raça’, sexo, sexualidade: a formação dos impérios transatlânticos do século XVI e XIX. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 14, n.1, p. 15-42, jan/abr 2006.

SWAIN, Tânia N. A invenção do corpo feminino ou “a hora e a vez do nomadismo identitário?”. **Textos de História**, Brasília, v. 8, n.1-2, p.47-84, 2000.

_____. Feminismo e recortes do tempo presente: mulheres em revistas “femininas”. **São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v. 15, n. 3, jul./set. 2001. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-88392001000300010>. Acesso em: 14 abr. 2015.

_____. As heterotopias feministas: espaços outros de criação. **Labrys Estudos Feministas**, Brasília/ Montreal/ Paris, n. 3, jan./jul 2003. Disponível<<http://www.tanianavarrosain.com.br/brasil/anah2.htm>>. Acesso em: 12 nov., 2017.

_____. Feminismo, corpo e sexualidade. In: RIAL, Carmen Sílvia M.; TONELI, Maria Juracy F. (Orgs). **Genealogias do silêncio: feminismo e gênero**. Florianópolis: Ed. Mulheres, 2004. p. 183- 194.

_____. Por falar em liberdade. In: STEVENS, Cristina; OLIVEIRA, Susane R. de; ZANELLO, Valeska. **Estudos feministas e de gênero: articulações e perspectivas**. Florianópolis: Ed. Mulheres, 2014. p. 36-51.

TADEU, Tomaz. Nós, ciborgues. O corpo elétrico e a dissolução do humano. In: HARAWAY, Donna; KUNZRU, Hari; _____ (Org. e Trad). **Antropologia do ciborgue: as vertigens do pós-humano**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009. p. 7-15.

TAVARES, Márcia. Sexo, afeto e solteirice: intersecções de gênero, raça e geração entre mulheres de classe média. In: BONETTI, Alinne; SOUZA, Angela Maria F. de L. (Orgs.). **Gênero, mulheres e feminismos**. Salvador: EDUFBA, NEIM, 2011. p. 93-114.

TELLES, Edward E. **O significado da raça na sociedade brasileira**. Tradução Ana Arruda Calado e Revisão Técnica e Formatação Daniel França. Princeton: Princeton University, 2012.

TPM [edições de 2001 a 2010]. Plataforma *Google Books*. Disponível em<<https://books.google.com.br/books?id=9SsEAAAAMBAJ>>. Acesso em: 2 de out. de 2017.

TRAVASSOS, Eliane. Mito do amor romântico. In: FLEURY-TEIXEIRA, Elizabeth; MENEGHEL, Stela N. (Orgs). **Dicionário Feminino da Infâmia**: acolhimento e diagnóstico de mulheres em situação de violência. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2015. p. 225-227.

TRIP. **Mídia kit 2009**. Disponível em:
<<http://revistatrip.uol.com.br/midiakit/tpm.pdf>>. Acesso em: 13 ago. 2015.

TRIP. **Mídia kit 2015**. Disponível em
<<http://www.tripeditora.com.br/wp-content/uploads/2015/04/Trip-Tpm-Mi%CC%81dia-Kit-2015.pdf>>. Acesso em: 12 jun. 2017.

TRIP. **Mídia kit 2016**. Disponível em:
<<http://www.aurabahia.com.br/images/PDF/editoratrip/Midia%20Kit%20%20TRIP%20e%20TPM%202016.pdf>>. Acesso em: 12 jun. 2017.

TUCHERMAN, Ieda. O corpo transparente: o imaginário biotecnológico na ficção cinematográfica. In: VELLOSO, Monica P.; ROUCHOU, Jöelle; OLIVEIRA, Cláudia (Orgs). **Corpo**: identidades, memórias e subjetividades. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009. p. 203-213.

YOUNG, Robert J. C. **Desejo colonial**: hibridismo em teoria, cultura e raça. Tradução de Sergio Medeiros. São Paulo: Perspectivas, 2005.

VIGARELLO, Georges. **História da beleza**. Tradução de Léo Schlafman. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

VILLAÇA, Nizia. **A edição do corpo**: tecnociência, artes e moda. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2016.

WADE, Peter. “Race”, nature and culture. **Man**, Londres, v. 28, n.1, p. 17-34, mar.1993.

WINCH, Rafael R.; ESCOBAR, Giane V. Os lugares da mulher negra na publicidade brasileira. **Cadernos de Comunicação**, Santa Maria, v. 16, n. 2, p. 227-245, jul./dez. 2012.

WITTIG, Monique. One is not born a woman. In: ABELOVE, Henry; BARALE, Michèle A.; HALPERIN, David M. (Orgs). **The lesbian and gay studies reader**. London, New York: Routledge, 1993. p. 103-109.

_____. The straight mind (1980). In: ROBINSON, Hilary (Eds). **Feminism, art, theory: an anthology 1968-2010**. UK, Internacional, Oxford: Brackwell, 2015. p. 398-402.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza**: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Tradução de Waldéa Barcellos. Rocco: Rio de Janeiro, 1992.

ZIRBEL, Ilze. **Estudos feministas e estudos de gênero no Brasil**. 2007. 212p. Dissertação (Mestrado em Sociologia Política) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007.

APÊNDICE A

Levantamento de personagens de capa de *Claudia* entre 2004 e 2014

Revista <i>Claudia</i> – Edições protagonizadas por MULHERES BRANCAS (com traços caucasianos, dentro de padrões europeus)			
Edição	Personagem	Edição	Personagem
508	Mariana Ximenes	509	Alinne Moraes
510	Carolina Dieckmann	511	Ana Paula Arósio
512	Isabeli Fontana	513	Ana Hickmann
514	Adriane Galisteu	515	Camila Morgado
516	Luana Piovani	517	Xuxa
518	Leandra Leal	520	Priscila Fantin
521	Deborah Secco	522	Fernanda Lima
523	Fernanda Cândido	524	Mariana Ximenes
525	Daniela Cicarelli	526	Adriana Esteves
528	Déborah Bloch	529	Ana Hickmann
530	Andréa Beltrão	531	Maria Rita
532	Letícia Birkheuer	533	Cláudia Raia
535	Débora Falabella	536	Carolina Dieckmann
537	Letícia Sabatella	539	Christine Fernandes
540	Angélica	541	Paolla Oliveira
543	Grazi Massafera	544	Fernanda Vasconcellos
545	Adriana Galisteu e [Taís Araújo]	546	Renata Vasconcellos
547	Flávia Alessandra	548	Wanessa Camargo
549	Paolla Oliveira	550	Alinne Moraes
551	Maria Flor	552	Grazi Massafera
553	Angélica	555	Patrícia Pillar
557	Letícia Spiller	558	Letícia Sabatella
559	Gisele Bündchen	560	Giovanna Antonelli
561	Mariana Ximenes	563	Cláudia Raia
564	Ana Hickmann	566	Fátima Bernardes
567	Grazi Massafera	568	Paolla Oliveira
569	Fernanda Lima	570	Gisele Bündchen
571	Alinne Moraes	572	Angélica
573	Tânia Kalil	574	Déborah Bloch

577	Cláudia Leitte	578	Flávia Alessandra
579	Ana Hickmann	580	Grazi Massafera
582	Lília Cabral	584	Gisele Bündchen
585	Mariana Ximenes	586	Mallu Mader
588	Cláudia Raia	589	Angélica
591	Larissa Maciel	594	Grazi Massafera
595	Gisele Bündchen	596	Fátima Bernardes
597	Cissa Guimarães	598	Paolla Oliveira
599	Renata Vasconcellos	600	Christiane Torloni
601	Angélica	603	Cláudia Raia
604	Fernanda Cândido	605	Cláudia Leitte
606	Grazi Massafera	607	Giovanna Antonelli
608	Cláudia Abreu	609	Carolina Ferraz
610	Fátima Bernardes	612	Gisele Bündchen
614	Flávia Alessandra	616	Mariana Ximenes
617	Giovanna Antonelli	618	Fernanda Cândido
619	Angélica	620	Letícia Spiller
621	Paolla Oliveira	622	Lília Cabral
623	Letícia Sabatella	624	Déborah Bloch
625	Fernanda Torres; Andréa Beltrão	626	Renata Vasconcellos
628	Gisele Bündchen	629	Giovanna Antonelli
630	Flávia Alessandra	631	Grazi Massafera
632	Angélica	633	Cláudia Abreu
636	Alinne Moraes	637	Fátima Bernardes
639	Lília Cabral		
TOTAL: 107 CAPAS [uma delas dividida com uma mulher negra]			

Revista <i>Claudia</i> – Edições protagonizadas por MULHERES BRANCAS COM TRAÇOS DE OUTRAS ETNIAS (mesclando traços caucasianos, indígenas, negros, pardos e/ou orientais)			
Edição	Personagem	Edição	Personagem
519	Ivete Sangalo	527	Glória Pires
538	Juliana Paes	542	Cléo Pires
554	Juliana Paes	556	Ivete Sangalo
562	Cléo Pires	565	Juliana Paes
575	Patrícia Poeta	581	Ivete Sangalo
587	Luíza Brunet	590	Ivete Sangalo
592	Patrícia Poeta	593	Glória Pires
602	Ivete Sangalo	613	Glória Pires
615	Patrícia Poeta	627	Glória Pires
634	Dira Paes		
TOTAL: 19 CAPAS			

Revista <i>Claudia</i> – Edições protagonizadas por MULHERES ASSUMIDAMENTE NEGRAS			
Edição	Personagem	Edição	Personagem
534	Camila Pitanga	545	[Adriana Galisteu] e Taís Araújo
576	Taís Araújo	583	Camila Pitanga
611	Taís Araújo	635	Taís Araújo
638	Débora Nascimento		
TOTAL: 7 CAPAS [uma delas dividida com uma mulher branca]			

Porcentagens quanto à representatividade em <i>Claudia</i>, entre 2004 e 2014		
	Total	Porcentagem aproximada
Capas	132	100%
Capas com mulheres brancas	107	81%
Capas com mulheres brancas com traços de outras etnias	19	14%
Capas com mulheres assumidamente negras	7	5%

Fonte: Tabelas elaboradas pela autora.

APÊNDICE B

Levantamento de personagens de capa de *TPM* entre 2004 e 2014

Revista <i>TPM</i> – Edições protagonizadas por PERSONALIDADES BRANCAS (com traços caucasianos, dentro de padrões europeus)			
Edição	Personagem	Edição	Personagem
28	1. Soninha 2. Alessandra Negrini e Otto*		
30	1. Gabriel Braga Nunes 2. Bebel Gilberto	31	1. Paulinho Vilhena
32	1. Gael García Bernal 2. Débora Falabella	34	1. Marcelo Farias
35	1. Vera Zimmermann 2. Soninha	36	1. Caco Barcellos
37	1. Marieta Severo 2. Flávio Canto	38	Júnior
39	1. Daniela Cicarelli 2. Marcello Antony	40	1. Leandra Leal 2. Alinne Moraes
41	1. Vera Zimmermann 2. Vj Penélope	42	1. Juliana Knust 2. Rodrigo Hilbert
43	Adriana Barra	44	Leticia Spiller
45	1. Mariana Ximenes	46	1. Modelo não-identificada** 2. Bruno Gagliasso
47	1. Teco Padaratz 2. Modelo e bebê não-identificados	48	1. Marian Weickert
49	Luana Piovani	50	Fernanda Lima
51	Bruna Lombardi	52	Angélica

* Nas edições com mais de uma opção de capa, cada capa foi claramente enumerada (1, 2 e até 3).

** Houve edições em que *TPM* não identificou quem foram as modelos clicadas. Isso ocorreu especialmente em capas mais conceituais, visando mais à transmissão da ideia da temática do que a identificação de personagens. Em casos como esses, as modelos não integraram as matérias da edição, atuando apenas como modelos nas imagens da primeira página.

53	1. Kyra Gracie	54	Diana Bouth
56	Maria Flor	58	Céu
59	Florinda Bolkan	61	Vanessa Trielli
62	Elke Maravilha	63	Rodrigo Lombardi
64	Fernanda Torres	65	Wagner Moura
66	1. Amora Mautner 2. Caio Blat	67	1. Tainá Müller 2. Paula Toller
68	Reynaldo Gianecchini	69	Alessandra Negrini
71	Fernanda Machado	73	Rosane Mulhonand
74	Marina Moraes	75	Patrícia Pillar
76	Nina Becker	77	1. Murilo Rosa 2. Caio Blat
78	Adriana Barra	79	Karina Zeviani
80	Claudia Abreu	82	1. Débora Bloch 2. Maria da Penha
85	Luciana Gimenez	86	Maria Flor
90	Bárbara Paz	91	Rodrigo Santoro
93	1. Deborah Secco	94	1. Modelo não identificado 2. Mariana Ximenes
95	Mallu Magalhães	96	Carolina Dieckman
97	1. Integrantes de <i>reality show</i> da <i>Multishow</i> : Cecília; Yasmin e Dinha	98	Cris Barros
99	Renata Fan	100	Grazi Massafera
101	Maria Ribeiro	102	Gabriela Duarte
103	1. Maria Rita 2. Rodrigo Faro	104	Fernanda Torres
105	Fernanda Lima	106	1. Tainá Müller 2. Marcela Temer
107	Paula Fernandes	108	Érika Mader
109	Renata Vasconcellos	110	Roberta Medina
111	Leandra Leal	112	Fernanda Paes Leme

113	Angélica	114	Vera Egito
115	Fernanda Montenegro	117	1. Malvino Salvador
118	1. Fábio Assunção 2. Alessandra Negrini	119	Karina Buhr
120	Grazi Massafera	122	Amora Mautner
125	1. Yasmin Brunet	127	Dani Calabresa
128	Luana Piovani	129	Didi Wagner
130	Clarice Falcão	131	1. Alinne Moraes 2. Ana Paula Padrão 3. Milhem Cortaz
132	1. Daniela Mercury e Malu Verçosa 2. Thiago Lacerda e Vanessa Lóes	133	Tainá Müller
135	1. Tatá Werneck	136	Paula Dib
137	Patrícia Pillar	138	Maya Gabeira
142	Wagner Moura	145	Mel Fronckowiak
146	Deborah Secco	147	Betty Faria e [príncipe Nabor]
148	1. Gregório Duvivier 2. Leandra Leal	149	Sandra Annenberg
TOTAL: 120 CAPAS [em uma há também um personagem negro]			

Revista <i>TPM</i> – Edições protagonizadas por PERSONALIDADES BRANCAS COM TRAÇOS DE OUTRAS ETNIAS (que mesclam traços caucasianos, indígenas, negros, pardos e/ou orientais)			
Edição	Personagem	Edição	Personagem
29	1. Marcelo Camelo 2. Alice Braga	31	2. Cléo Pires
33	Cauã Reymond	60	Izabel Pimentel
72	Juliana Paes	81	Emanuelle Araújo
83	Alice Braga	87	Caetano Veloso
88	Carol Castro	92	1. Sabrina Sato 2. Sabrina Sato
97	Cauã Reymond	116	1. Neymar
121	Caroline Ribeiro	124	2. Nanda Costa
125	2. Luiza Brunet	126	Ivete Sangalo
134	2. Alice Braga	139	Dira Paes
140	Bruna Marquezine	143	Valeska Popozuda
TOTAL: 22 CAPAS			

Revista <i>TPM</i> – Edições protagonizadas por PERSONALIDADES ASSUMIDAMENTE NEGRAS			
Edição	Personagem	Edição	Personagem
48	2. Lázaro Ramos	57	Thalma de Freitas
61	2. Jonathan Haasegen	70	Taís Araújo
84	2. Juliana Alves	89	Camila Pitanga
93	2. Marina Silva	116	2. Taís Araújo
117	Thalma de Freitas	123	Gaby Amarantos
135	2. Preta Gil	141	1. Juliana Alves 2. Juliana Alves
144	Jogadora Marta	147	[Betty Faria] e Príncipe Nabor
TOTAL: 15 CAPAS [em uma há também uma personagem branca]			

Revista <i>TPM</i> – Edições com ilustrações/ montagens na capa			
Edição	Ilustração	Edição	Ilustração
34	2. Corpo de homem branco nu, com partes íntimas encobertas por um pato de borracha	36	2. Imagem de mulher branca criada no computador
45	2. Imagem de Olívia Palito	53	Imagem de várias camisinhas
55	Fundo vermelho	69	2. Fundo de barra de chocolate
84	2. Ilustração de várias frutas	124	2. Fundo rosado, com um risco verticalizado ao meio (remetendo à genitália feminina)
149	Montagem com bonecos de Branca de neve e sapo		
TOTAL: 9 CAPAS			

Porcentagens quanto à representatividade em <i>TPM</i>, entre 2004 e 2014		
	Total	Porcentagem aproximada
Capas	166	100%
Capas com personagens brancas	120	72%
Capas com personagens brancas com traços de outras etnias	22	13%
Capas com personagens assumidamente negras	15	9%
Capas com ilustrações	9	5%

Fonte: Tabelas elaboradas pela autora.

ANEXOS



CLAUDIA, maio, 2004; out., 2005; mar., 2006; abr., 2007.



CLAUDIA, jun., 2008; set., 2009; ago., 2010; abr., 2011.



CLAUDIA, mar., 2012; ago., 2012; dez., 2013; nov., 2014.



TPM, maio, 2004; TPM, fev., 2005; TPM, dez., 2006; TPM, jul., 2007.



TPM, dez., 2008; TPM, out., 2009; TPM, nov., 2010; TPM, dez., 2011.



TPM, maio, 2012; TPM, ago., 2012; TPM, maio, 2013; TPM, abr., 2014.



AZMINA, Facebook, Divulgação.